

PORTFOLIO

최현정

사용자의 불편을 디자인으로 해결하고 싶은 웹디자이너·퍼블리셔 최현정입니다.



최현정

CHOI HYUN JEONG

BIRTH 1995.08.11

PHONE 010-9542-9815

EMAIL luceteee@naver.com

Education

양운고등학교 2011.03~2013.08

동서대학교 패션디자인학과 2014.03-2022.02

그린컴퓨터아카데미 UI/UX 반응형
웹디자인& 웹퍼블리셔 양성과정 수료 2025.07~2025.11

Certificate

패션스타일리스트 / 샵마스터3급 2017

Experience

헤이미쉬 가죽공방 운영 2021~2022

더플릭스 근무 2017.04~2018.09

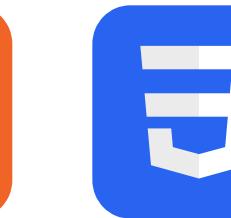
- 홍보 썸네일 및 배너 제작
- 쇼룸 운영 및 스타일리스트 응대

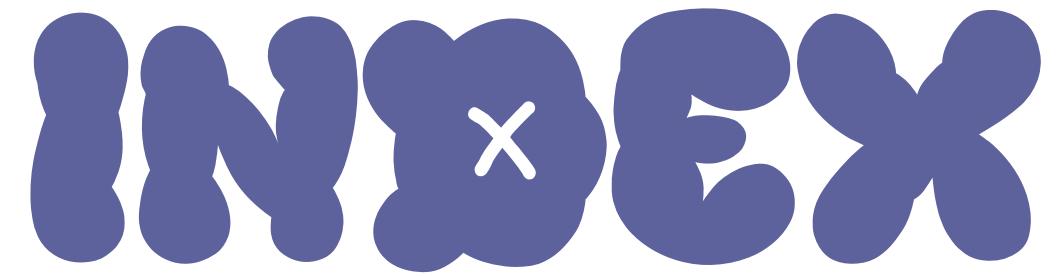
창업동아리 투웨이 주얼리 제작 2016.03-2016.12

동서대학교 뮤지컬과 4학년 졸업작품 2016.09-2016.12

'레미제라ブル' 뮤지컬 의상 제작

Skill





01 배스킨라빈스

반응형 웹사이트 리뉴얼

02 K-패스

적응형 웹사이트 리뉴얼

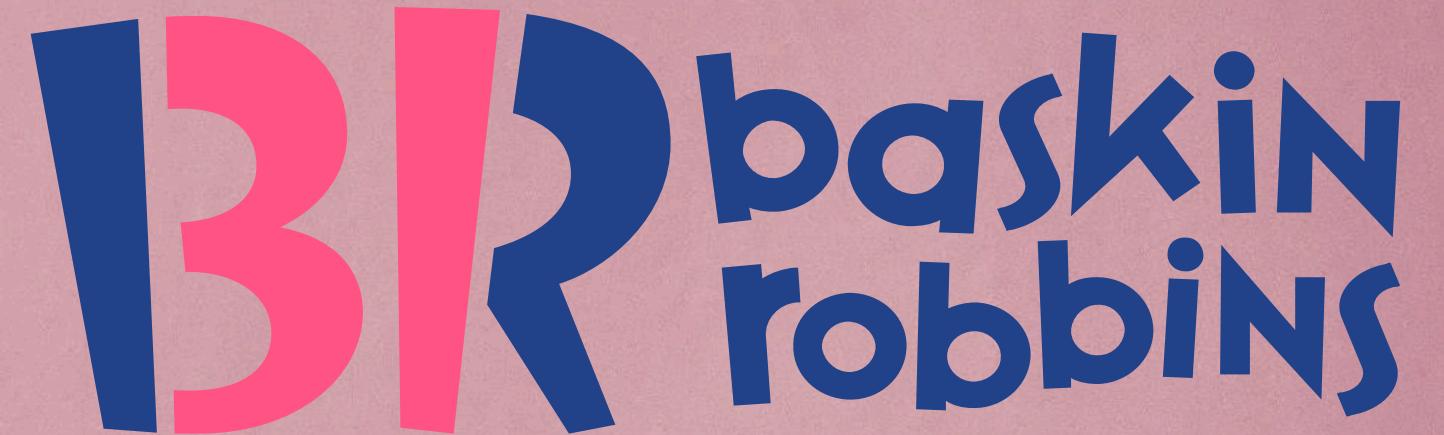
03 ZARA

적응형 웹사이트 리뉴얼

04 영화의 전당

모바일 어플리케이션 리뉴얼

Scoop of Happiness



반응형 웹사이트 리디자인

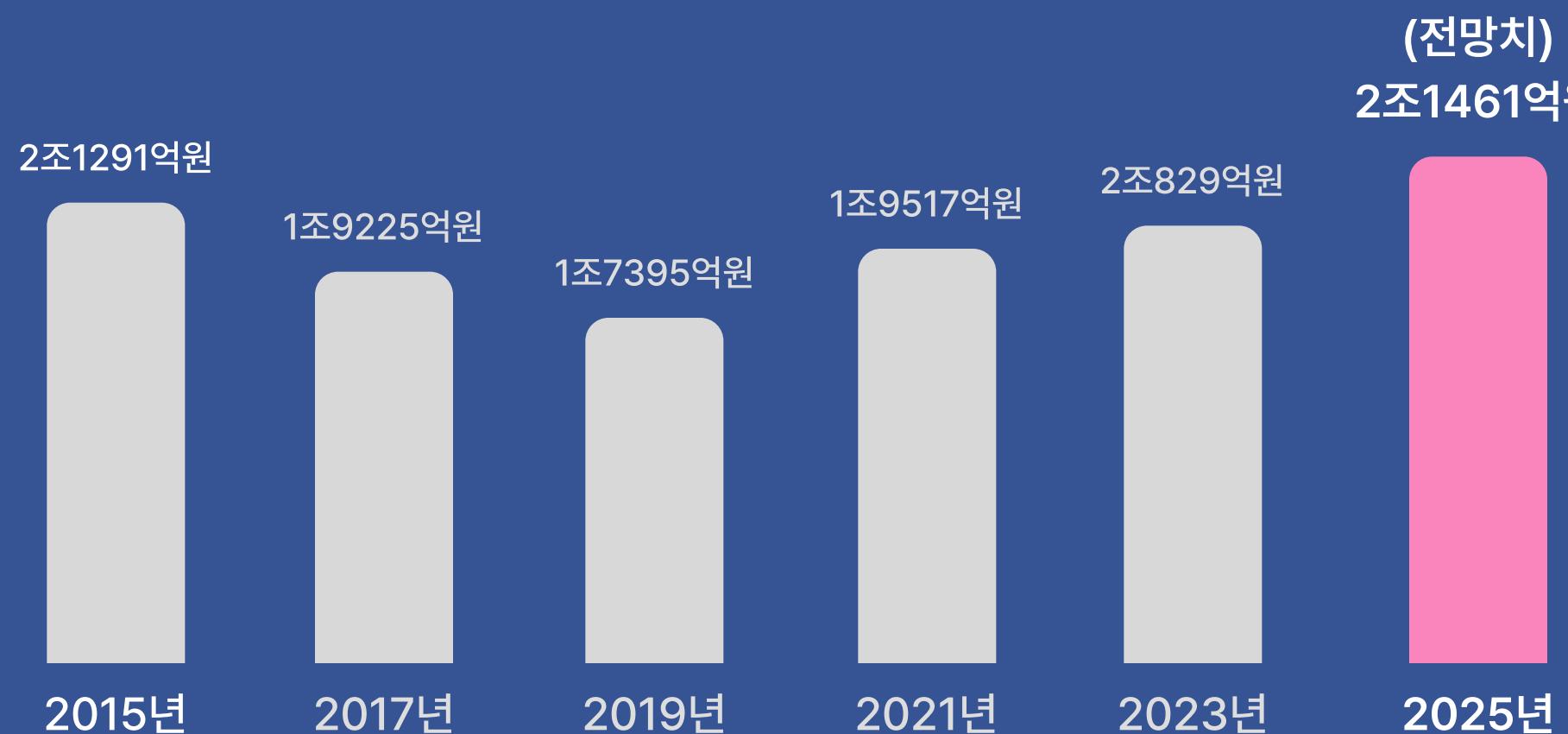
툴 : 피그마, 비주얼 스튜디오 코드

언어 : html, css, javascript, jquery

기여도 : 기획, 디자인, 코딩 100%

국내 아이스크림 시장은 코로나19 이후 다시 성장하고 있어요!

국내 아이스크림 시장, 10년전 시장규모 회복
2033년까지 연평균 성장률 4.87% 전망



글로벌데이터 조사업체 유로모니터

소비트렌트, 유통채널, 경쟁구도 등의 변모로
아이스크림 시장 환경 변화

건강한 아이스크림을
찾는 소비자
↓
저칼로리 + 저당
로우스펙(Low Spec)
아이스크림

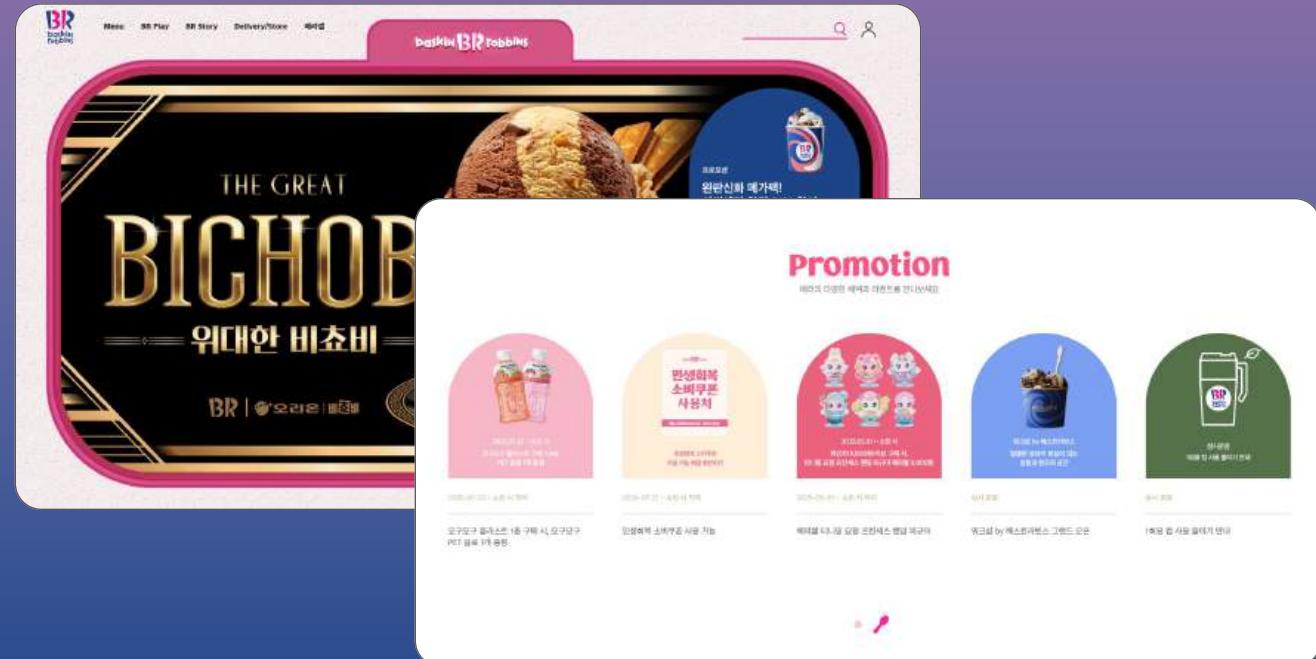


삼정KPMG 경제연구원

User Review

활성화된 SNS에 비해 웹사이트와 모바일앱은 불편한 점들이 보여요!

가독성이 떨어지는 폰트와 크기



올드한 캐릭터와 이미지



저조한 모바일 앱 평점

1.8 ★



1.5 ★



해피포인트 아이디로 로그인하는 메뉴는 없나요?

쿠폰적용이 안되고 버튼눌러도 버퍼링이 너무 심해요

Project Goal

“문제점을 파악하고 UIUX를 개선하여 리디자인 해보았어요”

신규고객 확보

인터랙티브 요소를 이용한 사용자 참여 유도

기존고객 이탈방지

홈페이지/모바일 어플 어려움 파악 및 개선

Font

BakinRobbins

배스킨라빈스

Title1	70/50/30px
Title2	60/40/20px
Sub Title1	50/30/20px
Sub Title2	36/24/16px

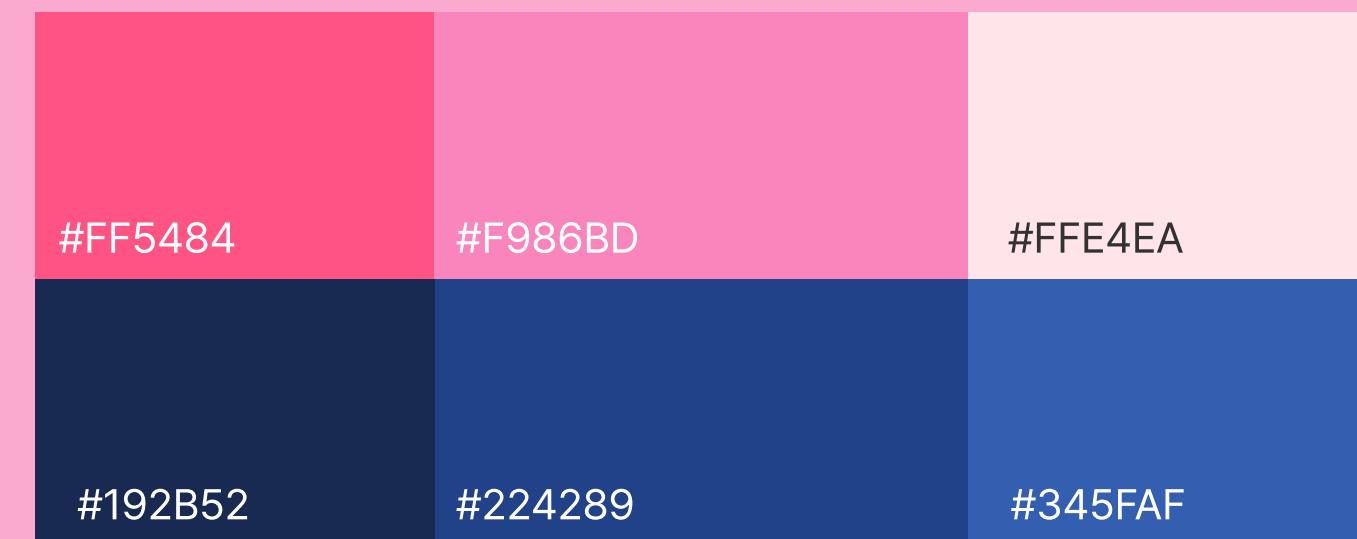
BaskinRobbins

배스킨라빈스

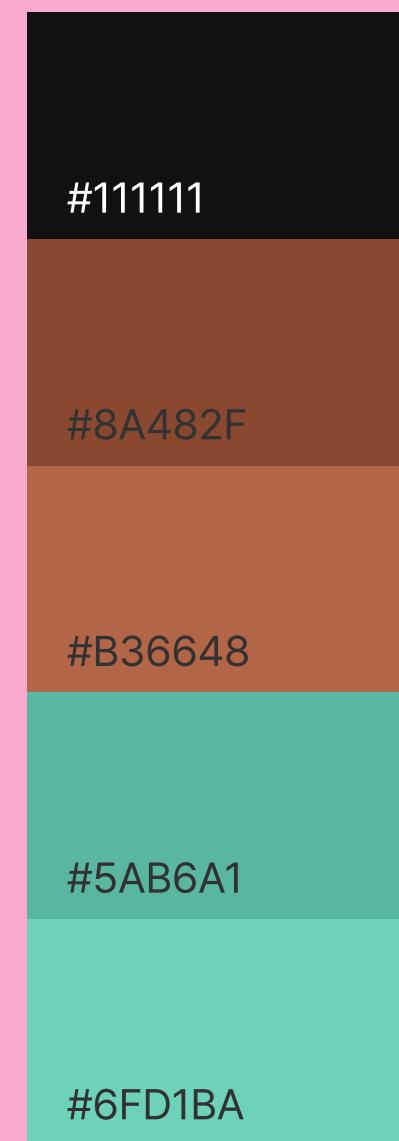
Title	45/36/20	semibold
Sub Title1	50/40/20	semibold
Sub Title2	32/28/20	bold
Body1	24/20/16	medium
Body2	20/18/16	regular
Body3	18/16	regular
Body4	30/18	medium
Caption1	16/14	medium

Color

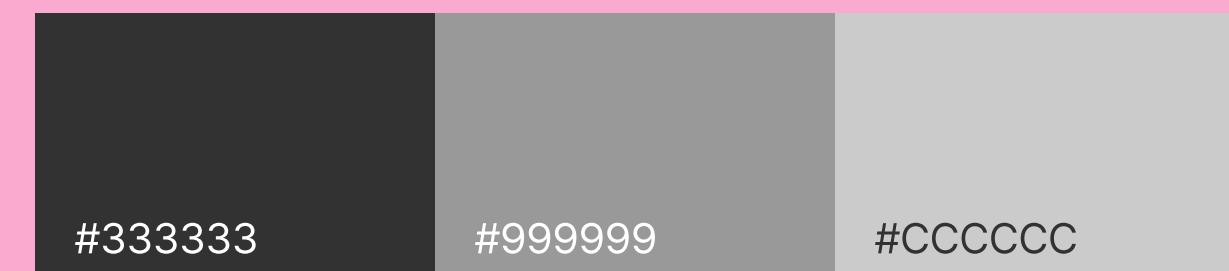
Main Color



Sub Color



Text Color



Cursor



Icon



Component

Default



Hover



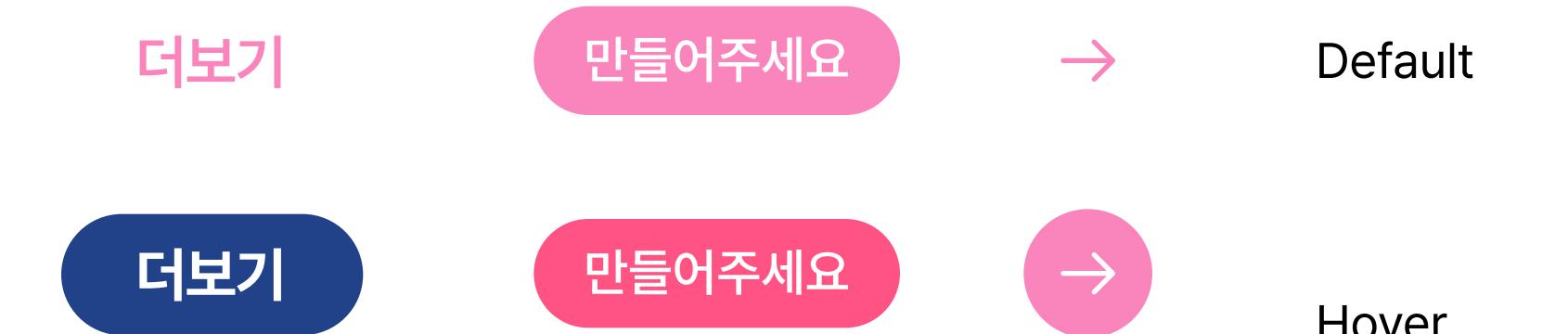
Default



Hover



Top_Btn

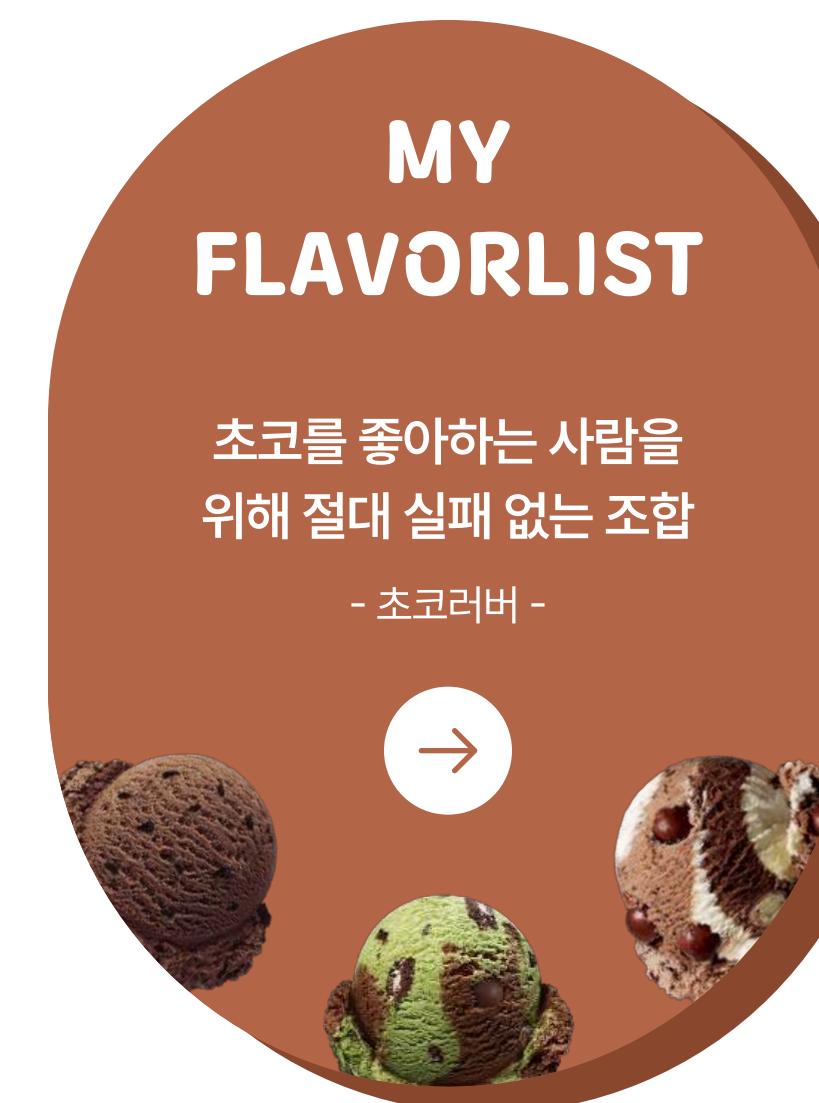


Hover



Banner

- ▶ baskin robbins Seize the Yay ◆ baskin robbins Seize the Yay ◆ baskin robbins Seize the Yay
- ▶ baskin robbins 추석 사전 예약 할인 ◆ baskin robbins 추석 사전 예약 할인 ◆ baskin robbins 추석 사전 예약 할인
- ▶ baskin robbins 한달 내내 새로운 맛 ◆ baskin robbins 한달 내내 새로운 맛 ◆ baskin robbins 한달 내내 새로운 맛



GUI Design

다양한 디바이스에서 일관된 경험을 위해
반응형 웹사이트로 제작하였어요

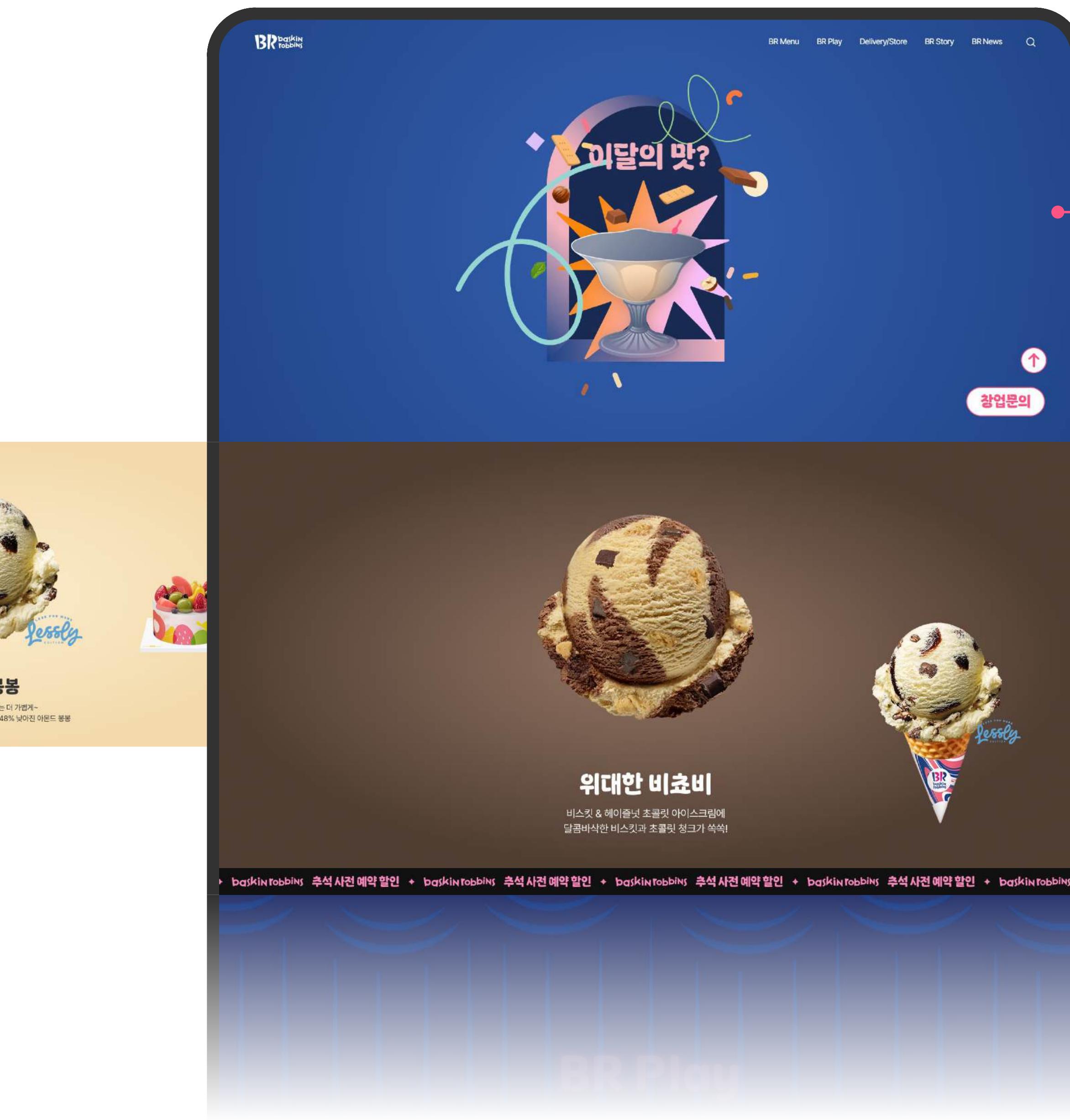
Desktop(1920×1080) 12 Columns / Gutter 24

Tablet(834×1194) 6 Columns / Gutter 16 / Margin 20

Mobile(375×812) 6 Columns / Gutter 13 / Margin 20



Main Page

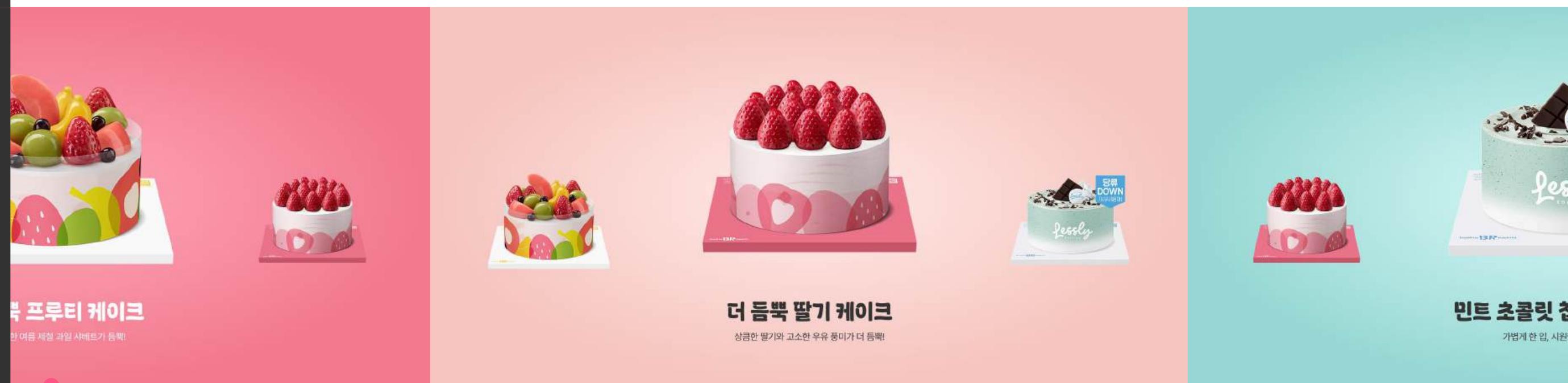


Hover

A screenshot of the website's navigation bar, which includes links for BR Menu, BR Play, Delivery/Store, BR Story, BR News, and a search icon. A pink callout box is overlaid on the 'BR News' link, containing options like '고객센터' (Customer Service), '공지사항' (Notice), '보도자료' (Press Release), and '이벤트' (Event).

Main Visual

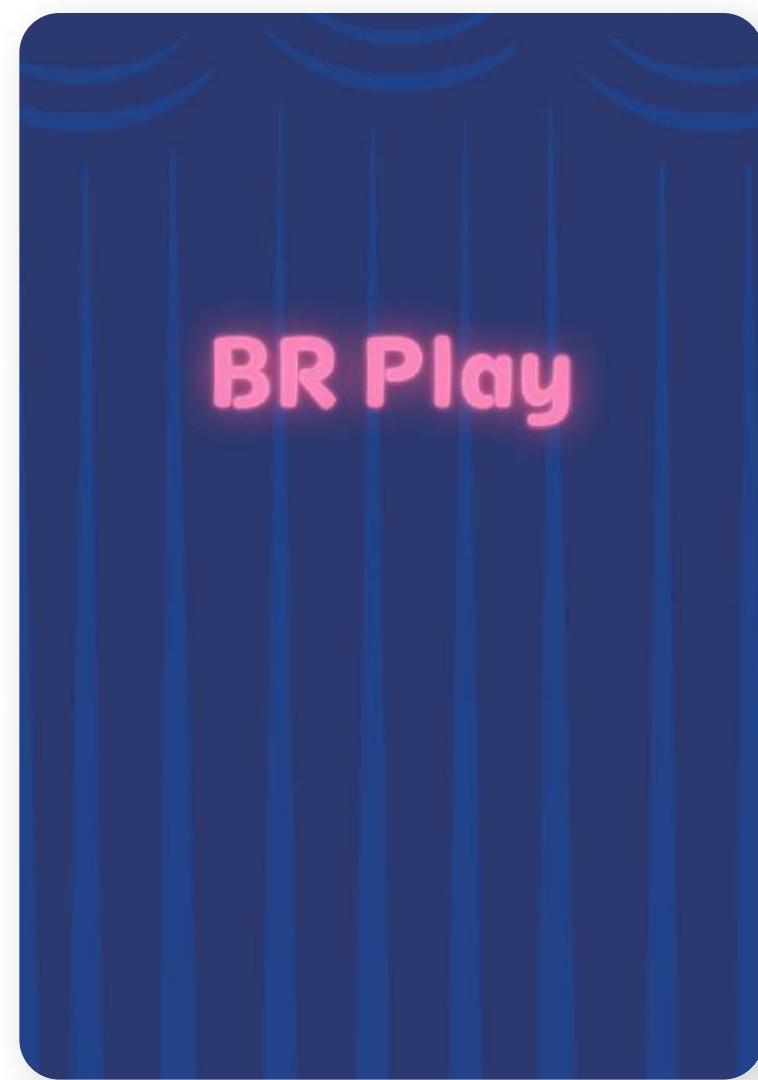
홈페이지에 접속했을 때 사용자에게 시각적 흥미를 줄 수 있도록 GSAP 모션 효과를 적용했습니다. 또한 주요 콘텐츠 접근성을 높이기 위해, 클릭 시 '이달의 맛' 이미지와 프로모션 정보가 나타나도록 설계하여 사용자 참여도를 높였습니다.



New Menu

기존 사이트의 자동 슬라이드로 메뉴가 지나치게 빨리 넘어가는 문제를 개선해, 한눈에 메뉴를 확인 할 수 있는 구조로 재구성했습니다.

A new menu structure featuring a slide show of new items. It includes sections for '기존 웹사이트' (Existing Website) and 'New Item'. The 'New Item' section shows a grid of images for 'Matchadamia' (Matchadamia), '아이스 속임자 경단' (Ice Cream Filling Japchae), and '아이스 안행피 경단' (Ice Cream Anhyeop Japchae). Each item has a small circular button with a right-pointing arrow.



BR Play

배스킨라빈스 광장
배라에게 의견을, 베리와 소통을

내가 만드는 아이스크림
내가 만드는 맛이
31가지 아이스크림이 된다고?
연동아주세요

중소기업 플라보레이션
우리 브랜드를
"널리널리" 알리고 싶은 기업 모여라
우리와 함께해요

점포개설 문의
배리역의 시작, 배라로의 시작
등록을 하였어요 더 알아보기

BR 레시피
다양한 전문가들이 제안하는 베리 행복레시피

AI 아티스트가 그린...
메타버스 아이스크림
아이스크림과 함께...
꽃으로 표현한 아이...
봄의 정원
아이스크림 속 작은...

마이플레이버리스트
내 맘대로 하는 맛조합! 나만의 플레이버 리스트를 만들어보세요!
센스있는 플레이버리스트에게는 행운이 올지도 모릅니다!

MY FLAVORLIST
초코를 좋아하는 사람을 위해 절대 실패 없는 조합
- 초코라비 -

WHAT'S MY TYPE?
나의 배스킨라빈스 최애 맛으로
알아보는 성격 테스트
나는 어떤 유형일까?

감자한 와주자 자주
우리 관계한 영광한

BR Play

텍스트를 클릭하면 커튼이 열리듯 콘텐츠가 나타나도록 구성했으며, 기존에 서브페이지에서만 볼 수 있던 BR 레시피를 홈 화면에서 간략히 확인할 수 있도록 개설했습니다.

Be Better

스크롤 시 화면이 자연스럽게 전환되도록 제작해, 콘텐츠를 단계적으로 볼 수 있게 구성했습니다.



Be Better
배라가 사회와 함께하는 방법,
가치 있는 같이

Pink Farm
Pink Dream
Pink Link



핑크팜 캠페인이란?

지역 농가 상생 프로젝트

핑크팜 캠페인은 배스킨라빈스와 지역농가 청년농부지원을 위한
플라보레이션 상생 프로젝트입니다.

지역농가, 청년농부지원 플라보레이션 제품 출시

더보기



Benefit

스크롤 시 아래에서 아이스크림 스쿱이 올라오고, 위에서는 스프링클이 떨어지는 모션을 적용해 재미있는 시각 효과를 주었습니다.

This desktop screenshot shows the 'Be Better', '매장찾기', and '배라 APP' sections of the Baskin-Robbins website. The 'Be Better' section displays three promotional offers: 'D-4 해피아워, 2-5시 싱글레귤러 1+1', 'KT 멤버십 배스킨라빈스 특별한 제휴 혜택!', and 'T멤버십 회원 싱글레귤러 ~50% 할인 or 적립'. The '매장찾기' section shows a search interface for finding stores near the user. The '배라 APP' section promotes the official mobile application, featuring a smartphone displaying the app's interface and a download button.

Be Better

기존의 올드한 이미지를 새롭게 리디자인하고, 사용 편의를 높이기 위해 매장찾기와 배라 APP 다운로드 섹션을 재구성해 배치했습니다.

매장찾기

배라 APP

Footer

복잡하고 화면을 많이 차지하던 푸터를 깔끔하고 정돈된 레이아웃으로 재배치하여 디자인했습니다.

31가지 맛으로 표현하는 행복, 맛으로 나누는 유쾌한 순간

baskinrobbins



홈페이지 바로가기



앱으로 보기

The laptop screen displays the Baskin-Robbins website with a dark blue header featuring the 'BR baskin robbins' logo and navigation links for 'BR Menu', 'BR Play', 'Delivery/Store', 'BR Story', and 'BR News'. Below the header is a search bar. The main content area features a vibrant graphic for the 'Midautumn Festival Flavors' promotion. The graphic includes a martini glass filled with dessert, surrounded by stylized, colorful lines and shapes in shades of pink, orange, and green. The text '미달의 맛?' (Midautumn Festival Flavor?) is prominently displayed in the center of the graphic.

K-PASS



홈페이지 리뉴얼

툴 : 피그마, 비주얼 스튜디오 코드

언어 : html, css, javascript, jquery

기여도 : 기획, 디자인, 코딩 100%

<https://choihyunjeong.github.io/K-PASS/>

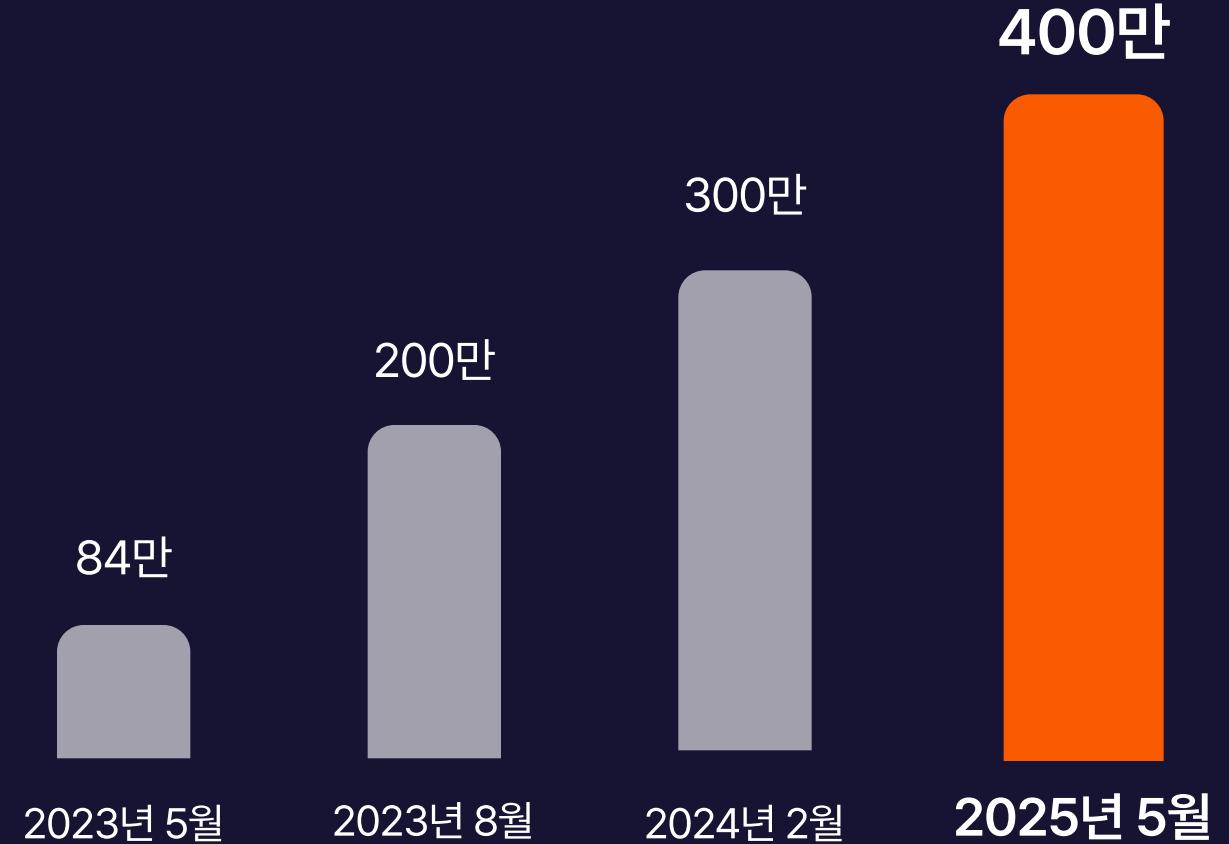
<https://choihyunjeong.github.io/K-PASS/sub.html>

Background

400만명의 발걸음이 만든 변화,
대한민국 교통의 새로운 길이 열립니다.

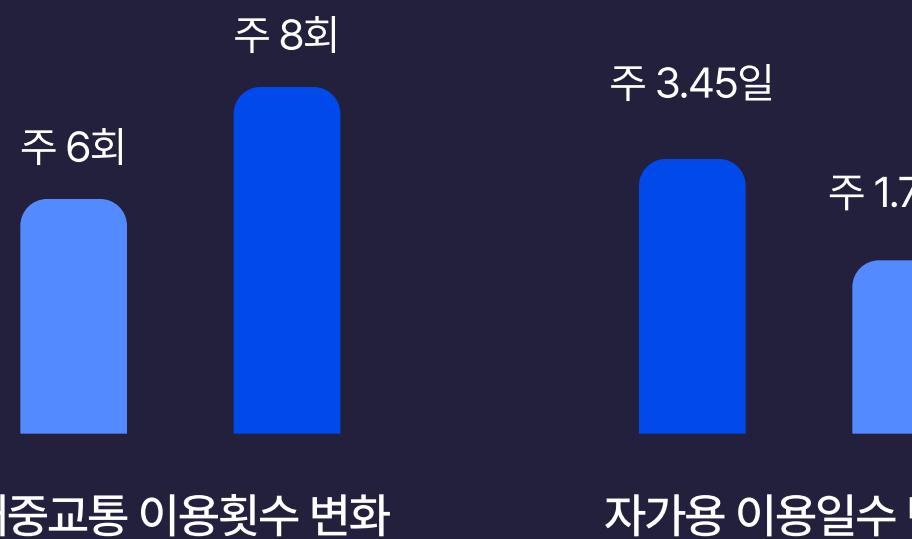
국토교통부 대도시권광역교통위원회는 국민 교통비 절감을 위한 대표 교통복지 정책인 'K-패스'의 이용자가 출시 17개월 만에 400만 명을 돌파했다고 밝혔다.

K-패스 가입자 증가 추이

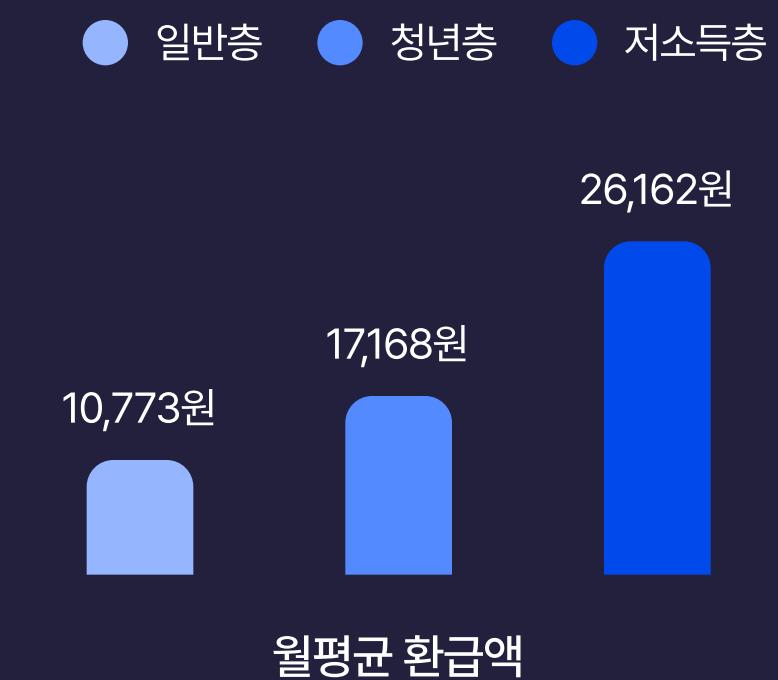


전국 방방곡곡 언제 어디서나 1석 3조 K-패스!

01 대중교통 활성화



02 교통비 절감



03 탄소 저감



대중교통 이용횟수 ▲ 자가용 이용일수 ▼

1년 기준 약 180,720원 교통비 절감

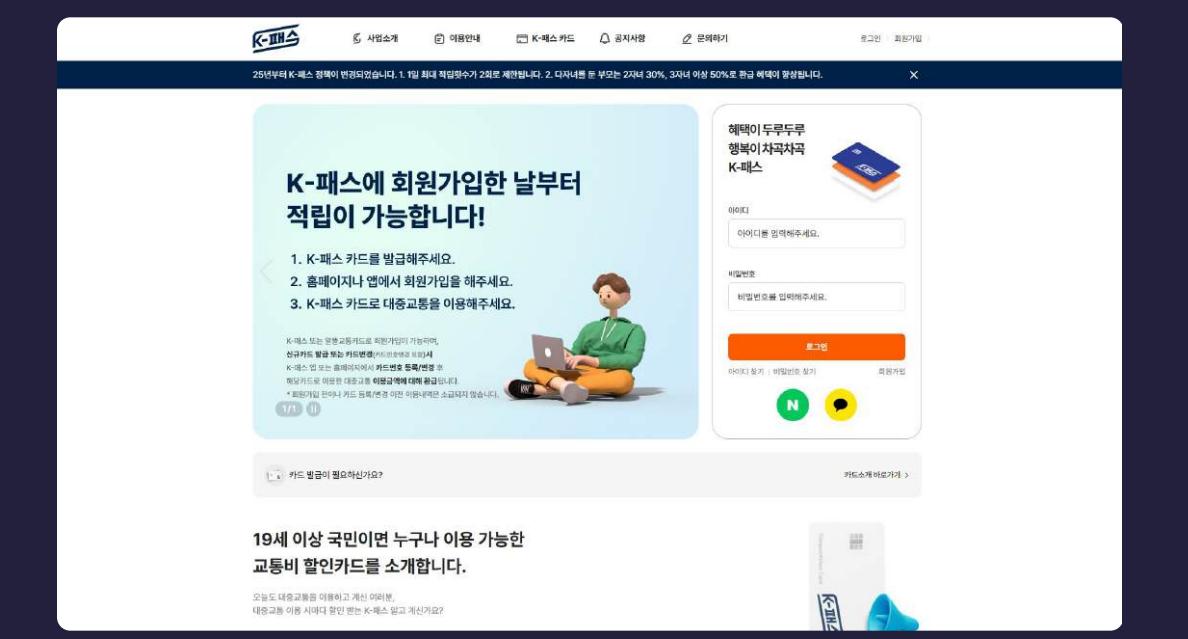
소나무 약 228만 그루 식재 효과

Pain Point

홈페이지를 이용하면서 불편한 점을 조사, 분석 해보았어요.

01

영역의 크기에 비해 많은 내용을 담고 있는 메인 비주얼



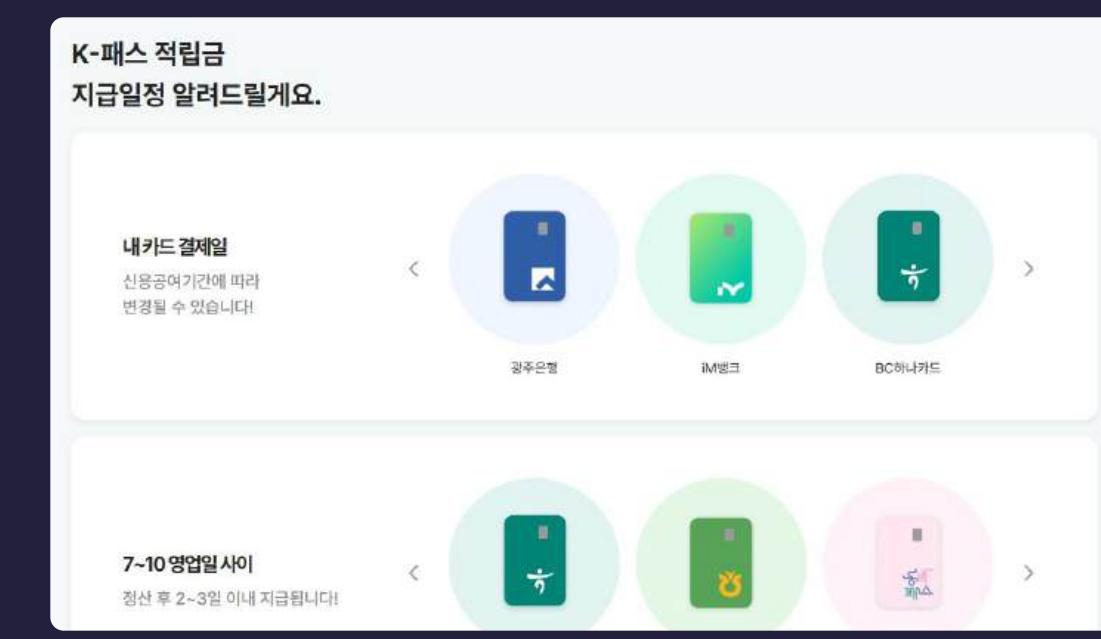
02

K-패스에 대한 자세한 정보는 서브페이지로 들어가야하는 번거로움



03

메인 화면에서 많은 부분을 차지하고 있는 적립금 지급일정 영역



Project Goal

다양한 이용자가 사용하는 홈페이지인 만큼
정보를 이해하기 쉽고 가독성에 신경써서 리뉴얼해보았어요!

Design System

Font

프리텐다드

Pretendard

Title1 50px bold/semibold

Title2 40px bold

Sub Title1 30px semibold

Body1 26px medium

Body2 24px regular

Body3 20px regular

Caption 16px regular

Color

Primary	#E9F3FF	#3168DF	#002147	#FC5B00
---------	---------	---------	---------	---------

Gray Scale	#777777	#999999	#CCCCCC	#DDDDDD
------------	---------	---------	---------	---------

Background Color

#FFF7F2

#F6F6F6

Icon



Component

Default Hover

회원가입 바로가기 >

자세히 알아보기

회원가입 바로가기 >

자세히 알아보기

Default Active

자세히 알아보기

지원 범위

지원 대상

Tab Menu

경기패스

인천패스

동백(부산)패스

세종패스

충남패스

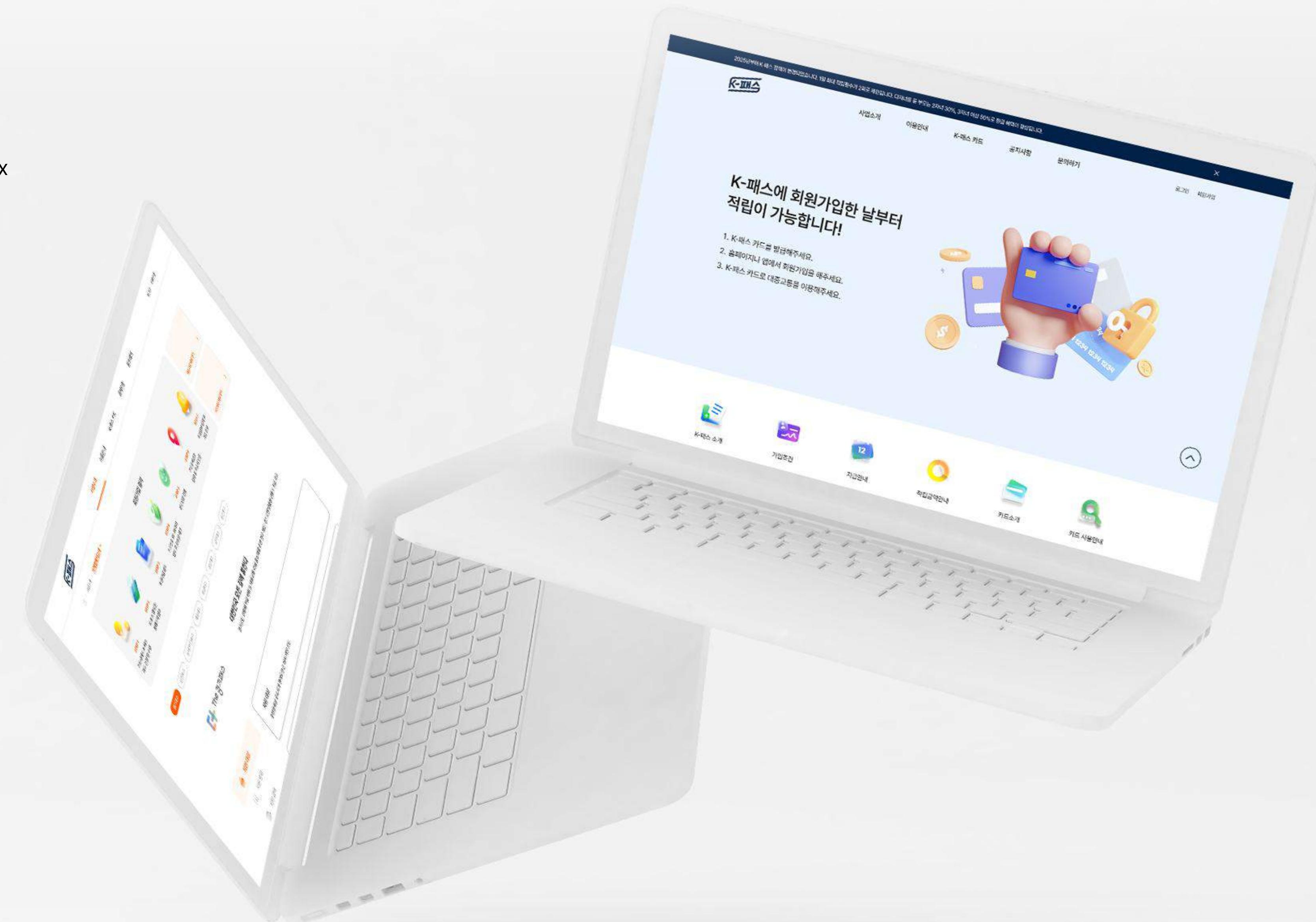
경남패스

하나은행

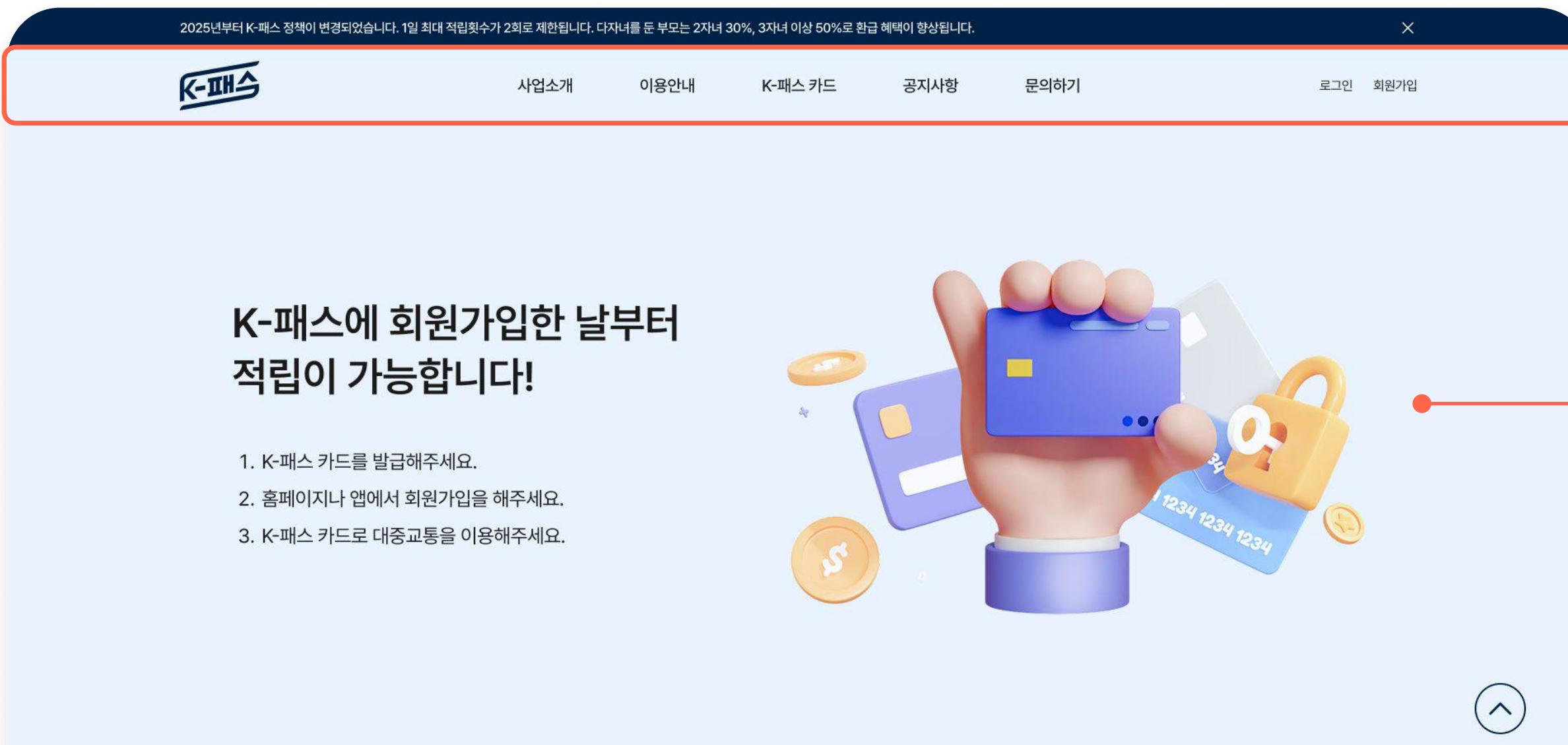
하나은행

Gui

max-width : 1500px
column : 12
column width : 103px
gutter : 24px



Main Page



header

네비게이션에서 아이콘 요소를 제거하고,
깔끔한 형태의 디자인으로 개선했습니다.



sub navigation

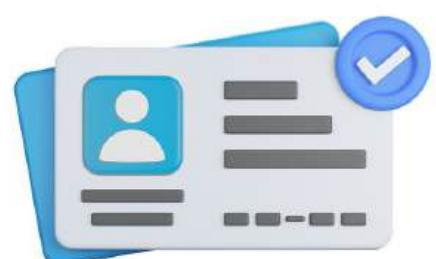
자주 사용하는 메뉴에 빠르게 접근할 수 있도록 서브 네비게이션을
구성했으며, 아이콘에 마우스를 올렸을 때 로테이션과 스케일 변화
가 나타나는 호버 인터랙션을 적용해 생동감을 더했습니다.

19세 이상 국민이면 누구나 이용 가능한
교통비 할인카드를 소개합니다.

오늘도 대중교통을 이용하고 계신 여러분,
대중교통 이용 시마다 할인 받는 K-패스 알고 계신가요?

intro

기존 홈페이지에서는 서브페이지로 들어가야 확인할 수 있었던 K-패스 소개를 메인 화면에서 바로
볼 수 있도록 재구성했습니다. 텍스트와 이미지를 크게 배치하여 시원하고 깔끔한 느낌을 주었으
며, AOS를 활용한 모션을 적용해 화면이 더 생동감 있고 지루하지 않도록 제작했습니다.



적립수단

버스(광역버스 포함),
도시·광역철도(신분당선, GTX 등),
공항철도 등

다만, 시외(고속)버스, KTX, SRT, 공항버스 등 별도로 발권받아 탑승가능하고,
타 교통수단과 환승할인이 적용되지 않는 교통수단은 포함되지 않습니다.



지급기준

월 15회 이상 대중교통 이용 시,
최대 60회까지 지급

월 대중교통 이용금액 20만원 초과할 경우,
초과 금액에 대해서는 50%만 적용하여 지급됩니다.
(경기, 인천, 경남, 충북은 해당 사항 없음)

적립률

일반 : 20%
청년 : 만19~34세는 30%
저소득층 : 53%
다자녀 : 2인 30%, 3인 이상 50%



자세히 알아보기

적립금 지급일정

한 화면에 모든 정보가 노출되어 한눈에 파악하기 어려웠던 구조를 탭
메뉴로 분리하여 직관적으로 개선했습니다. 또한 이미지를 크게 배치해
시원한 레이아웃을 구성하고, 카드에 마우스를 올리면 플립되어 지급일
정보를 확인할 수 있는 인터랙션을 적용해 사용자 흥미를 높였습니다.

지역별 혜택

지역별 혜택을 직관적으로 확인할 수 있도록 지도를 크게 배치하고,
마우스를 올리면 K-패스 참여 지역이 표시되도록 인터랙션을 적용했습니다.



카드 이벤트

기존에는 서브페이지에서만 확인할 수 있던 이벤트를
메인 홈 화면에서도 바로 볼 수 있도록 재구성했습니다.

카드 이벤트

카드사별 이벤트는 각 카드사로 문의 시
빠르게 답변 받으실 수 있습니다.



Sub Page

지역별혜택소개

01

기존 홈페이지에서는 다른 지역을 볼려면 헤더에 있는 메뉴를 선택하여 클릭해야했는데 편의성을 위해 템메뉴로 제작하였습니다.

02

서브 네비게이션을 만들어 해당 부분을 클릭하면 섹션으로 넘어가도록 제작해주었습니다.

The screenshot shows the 'K-Pass' website's regional benefit introduction page. At the top, there's a navigation bar with tabs like '사업소개', '이용안내', 'K-패스 카드', '공지사항', '문의하기', '로그인', and '회원가입'. Below the navigation, a breadcrumb trail shows '사업소개 > 지역별혜택소개'. The main content area features a large red box highlighting a 'Join Now' button and a step-by-step membership application process (7 steps: card issuance, app download, click, card entry, personal information entry, location check, and final entry). Below this, another red box highlights the 'Join Now' button again. The page also includes sections for '지원 대상' (eligibility), '지원 범위' (scope), '지원 금액' (amount), '이용방법' (usage methods), '문의하기' (FAQ), and '홍보물' (promotion materials). At the bottom, there's a banner with the text '변화의 중심 기회의 경기' and '전국 어디서나 무제한 환급'.

회원가입 절차와 바로가기 버튼

공통적인 부분으로 적용되던 회원가입 절차와 바로가기 부분을 맨 위쪽으로 빼고 한 눈에 절차가 이해되도록 아이콘과 스텝별로 나누어 제작하였습니다.



홈페이지 리뉴얼

툴 : 피그마, 비주얼 스튜디오 코드

언어 : html, css, javascript

기여도 : 기획, 디자인, 코딩 100%

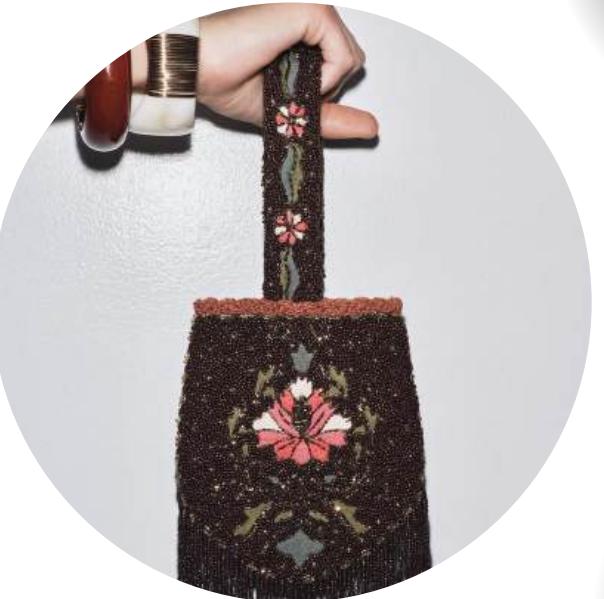
<https://choihyunjeong.github.io/zara/>

<https://choihyunjeong.github.io/zara/thenew.html>

Overview

코로나19 기점으로 매장은 줄이고 온라인을 강화하고 있는 자라의 홈페이지에 들어가 보았을 때 브랜드 미감적인 측면에서는 성공적이지만 사용자 중심의 탐색성, 정보량, 접근성 측면에서는 불편한 점이 많다고 생각하여 UX적인 측면으로 분석해보았습니다.

다양한
스타일



패스트 패션



온라인 및
오프라인 매장

글로벌
브랜드



이미지
고급화



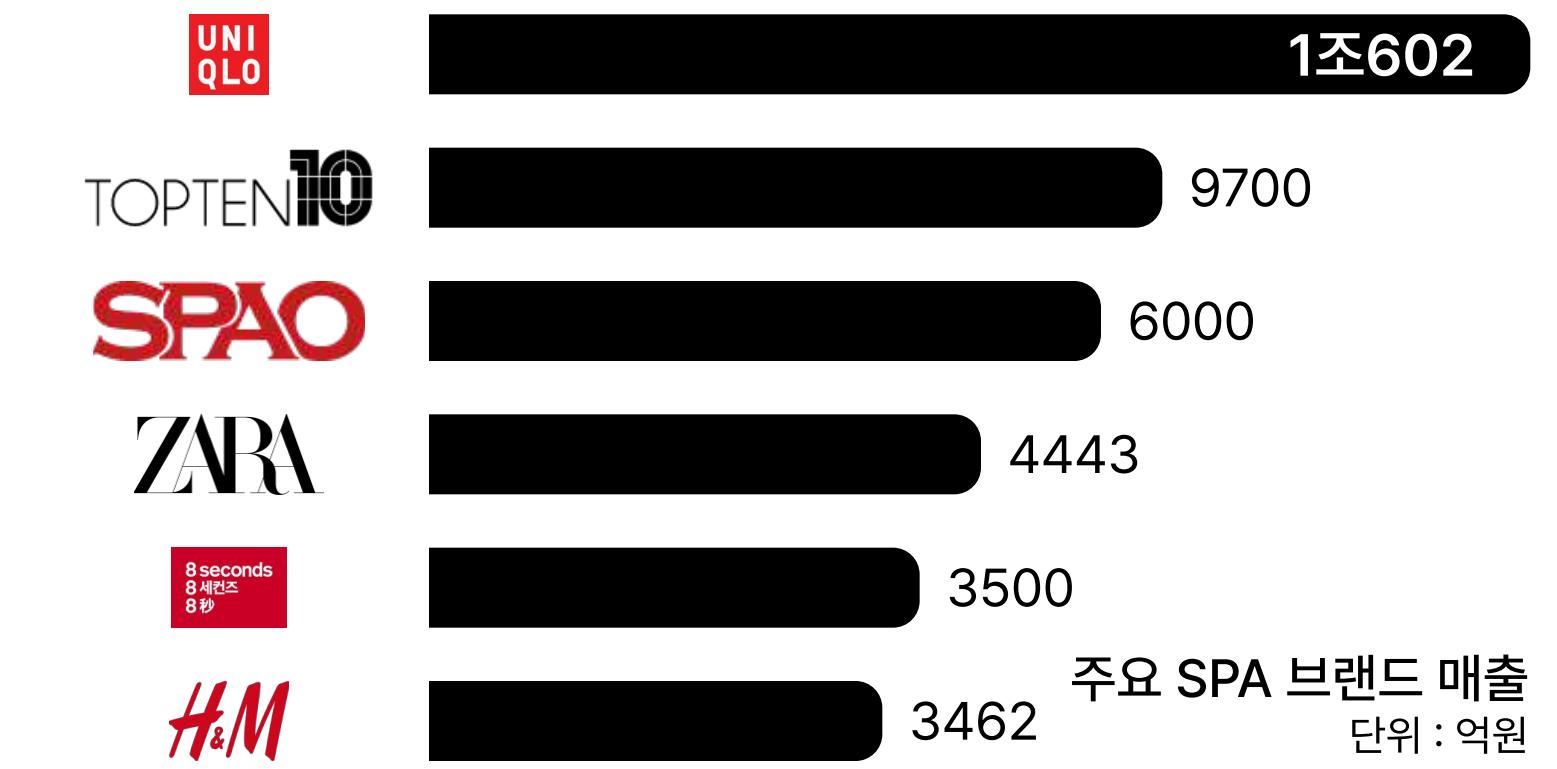
고객 경험



Background

온라인 시장의 성장으로 SPA 브랜드 시장 경쟁이 더욱 치열지고 있어요!

국내 SPA 브랜드들은 온라인 패션 플랫폼에 입점해 단독 상품 출시나 기획전으로 2030 소비자의 관심을 끌고 있다. 주요 온라인 패션 플랫폼뿐만 아니라, SPA 브랜드의 자체 공식 쇼핑몰도 활성화되고 있다. 점포 수는 줄어드는 대신에 오프라인은 확실한 대형화 매장으로 변모하고 있다.



하지만 이용자의 편의성보다는 비주얼적 요소가 짙은 자라의 웹사이트

Positioning Map

먼저 문제점들을 구체적으로 파악하기
위해 자라에 대해 조사분석 해보았어요

베이직

고가

저가

트렌디

UNI
QLO

SPAO
TOPTEN 10



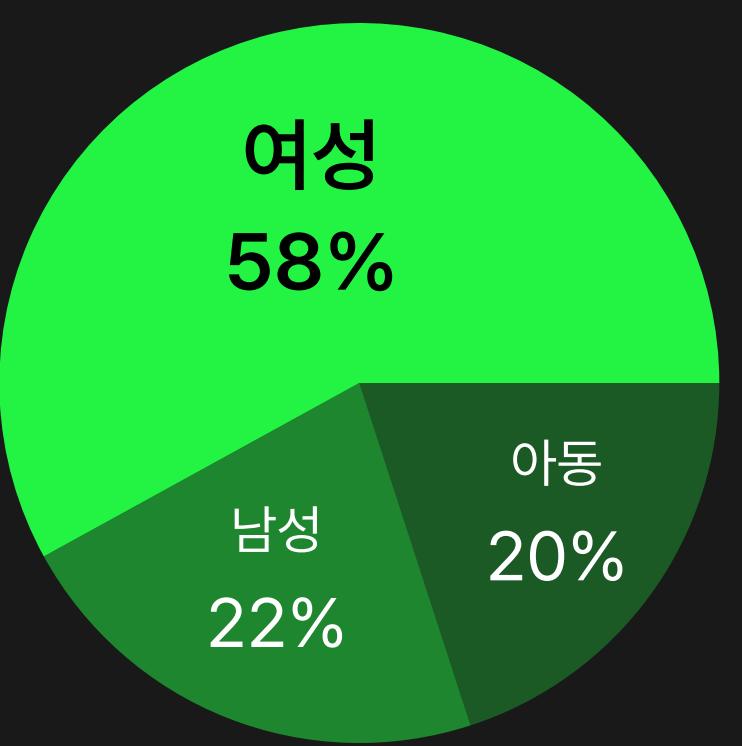
8 seconds
8 세컨즈
8 秒

User Research

그리고 자라를 이용하는 고객층이 어떤 성향을 가지고 있는지 정리해보았어요

이 수치는 “공개된 국내 자료 + SPA 브랜드 소비 패턴 + ZARA 글로벌 타깃 구조”를 기반으로 만든 분석 가설 모델입니다.

자라 전체 매출 비율



여성 의류가 전체 매출의 58%를 차지하며, 남성 의류 22%, 아동 의류 20% 순입니다.

젊은층 중심

20세부터 45세까지의 젊은 연령층이 주요 고객이고, 트렌드에 민감하고 합리적인 가격을 선호



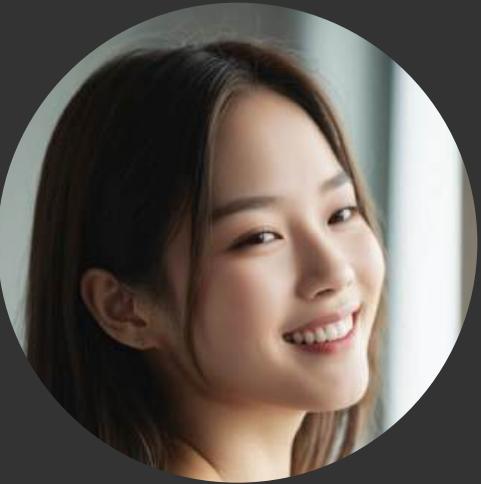
온/오프라인 활용



온라인 쇼핑몰과 오프라인 매장을 모두 활용하며, 필요에 따라 다양한 채널을 통해 쇼핑 경험을 합니다. 자신만의 가치를 중요하게 생각하며, 부가가치를 중시하는 소비 경향을 보입니다.

Persona

조사 분석한 정보들을 토대로 페르소나와 시나리오를 구성해보았어요



윤세라 24세

대학생 부산 수영구

키워드

#즉흥적인 #작천적인 #데이트룩 #트렌디한 일상복

시나리오

트랜드에 관심이 많은 24살 윤세라는 남자친구와 데이트를 위해 온라인에서 옷을 구매할려고 자라 홈페이지에 들어간다. 그런데 카테고리 메뉴를 클릭했더니 폰트가 가독성이 떨어지고 카테고리들이 한 눈에 들어오지 않아 불편함을 느낀다. 잘 팔리는 상품들을 구경하기 위해 베스트셀러 카테고리에 들어가 필터를 이용하여 블라우스를 고르고 싶었지만 필터에는 색상과 사이즈 선택밖에 되지 않아 일일이 찾아보아야 하는 불편함을 느꼈다. 상품을 구경하던 중 똑같은 상품이지만 색상이 달라 헷갈려 한 번 더 상품상세페이지에 들어가게 되었다. 불편함을 느껴 윤세라는 결국 다른 온라인 쇼핑몰에 들어가서 블라우스를 구매하였다.



박정우 28세

프리랜서 디자이너 경기도 용인

키워드

#알뜰한 #부지런한 #포멀룩 #미니멀한 캐주얼

시나리오

프리랜서 디자이너 윤정우는 자라 할인 기간이 되어 구매할 옷을 찾아보기 위해 자라 홈페이지로 들어간다. 그런데 메인페이지에 할인 상품이나 인기 상품 등이 나와있지 않고 화보처럼 사진이 구성되어 있는 것을 발견하고 이쁘다고 생각은 하지만 조금 불편하다고 생각한다. 카테고리로 들어가 세일 상품을 클릭하니 페이지가 넘어가는데 조금 로딩이 걸린다. 마음에 드는 바지는 발견하고 상품 페이지로 들어가 사이즈를 확인해보는데 실측 사이즈가 허리 밖에 나와 있지 않아 난감해진다. 결국 윤정우는 오프라인 매장에 가서 직접 입어보고 사야하는 불편함을 겪었다.

“ 카테고리가 한눈에 들어오고 **똑같은 제품**은 헷갈리지 않도록 **하나만** 보였으면 좋겠어요 ”

“ 필터링이 세부적으로 되었으면 좋겠어요 ”

“ 실측 정보가 자세하게 표기되어 있었으면 좋겠어요 ”

“ 메인 페이지에서 제품들을 볼 수 있었으면 좋겠어요 ”

Project Goal

이용자들의 불편한 점을 파악해보고 프로젝트 목표를 설정하였어요.

As Is

메인 홈 화면에서 접근하기 어려운 상품 정보

To Be

구매 이용자가 상품에 접근이 용이하도록 **신상품, 베스트셀러 등을 추가**

복잡한 카테고리 메뉴들과 가독성이 떨어지는 레이아웃

세분화되어 있던 **카테고리를 정리**하고 가독성을 고려하여 레이아웃 배치

화면을 가리는 큰 로고와 무한 스크롤로 인한 볼 수 없는 푸터

컨텐츠 섹션에만 로고를 크게 배치 푸터를 확인 가능한 **구조로 변경**

숫자로 표기하여 직관적이지 않은 상품 보기 탭 메뉴

아이콘을 사용하여 상품 보기를 직관적으로 수정

Design System

Font

Bodoni Moda

자라 로고와 비슷한 글씨체를 활용하여
타이틀과 서브타이틀에 적용해주었습니다.

Pretendar

가독성이 좋은 프리텐다드 폰트를 사용하여
본문의 내용들에 적용해주었습니다.

300

200

40

30

20

16

Bodoni Moda

ExtraLight Pretendar

Regular Pretendar

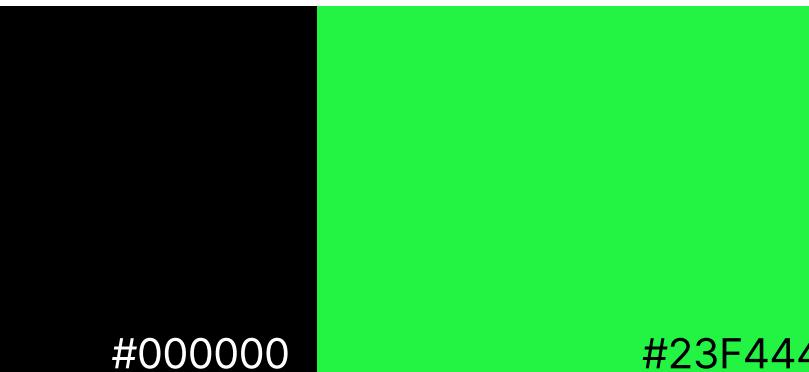
Medium Pretendar

SemiBold Pretendar

Bold **Pretendar**

Color

Primary



#FFFFFF

Grayscale



#F2F2F2

Gui

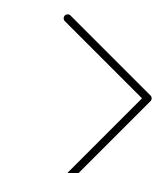
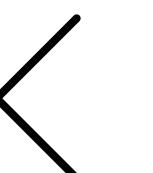
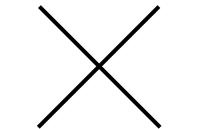
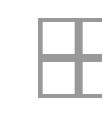
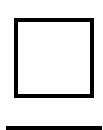
Max Width : 1800px

Column Width : 128px

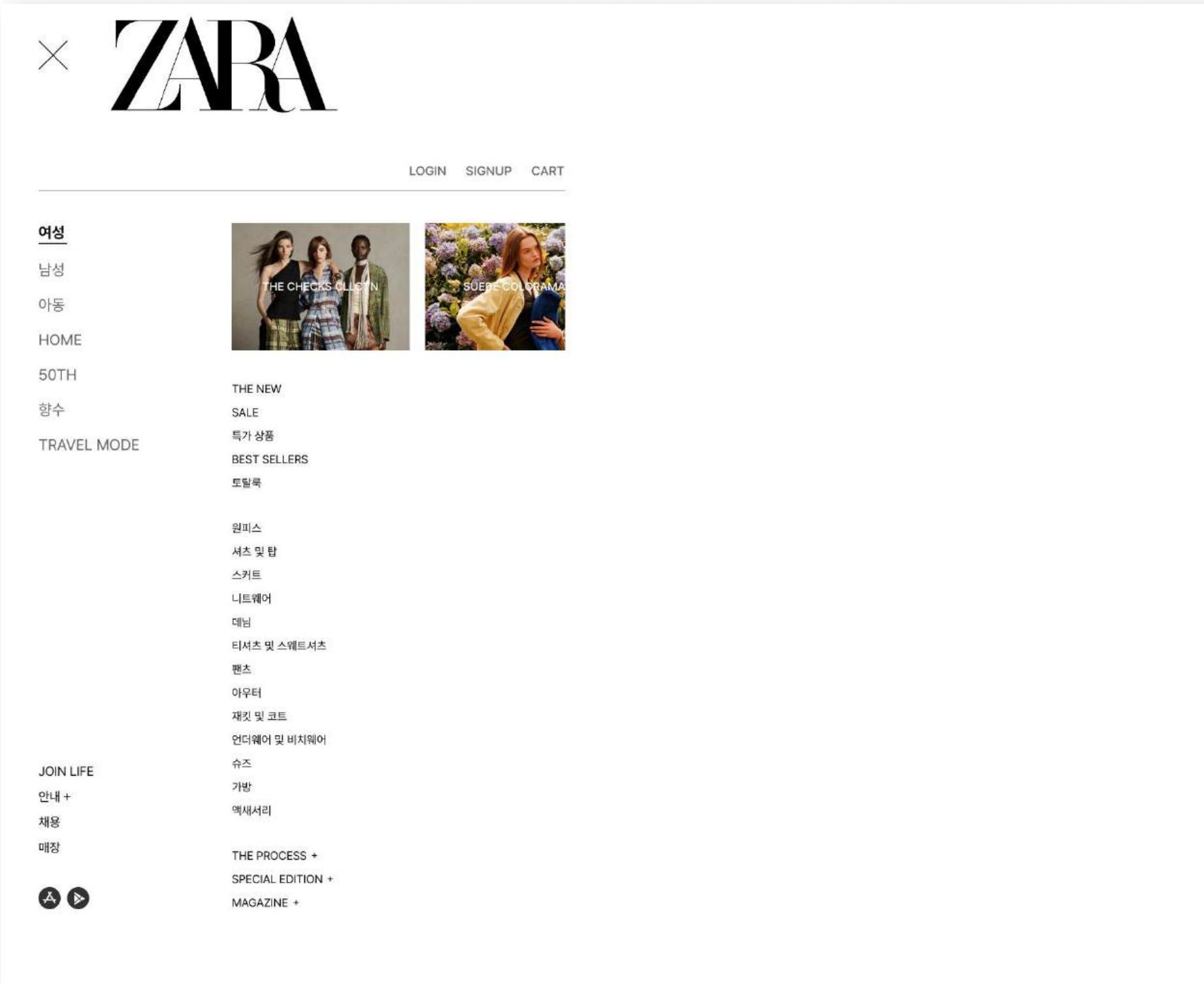
Gutter : 24px

Columns : 12

Icon

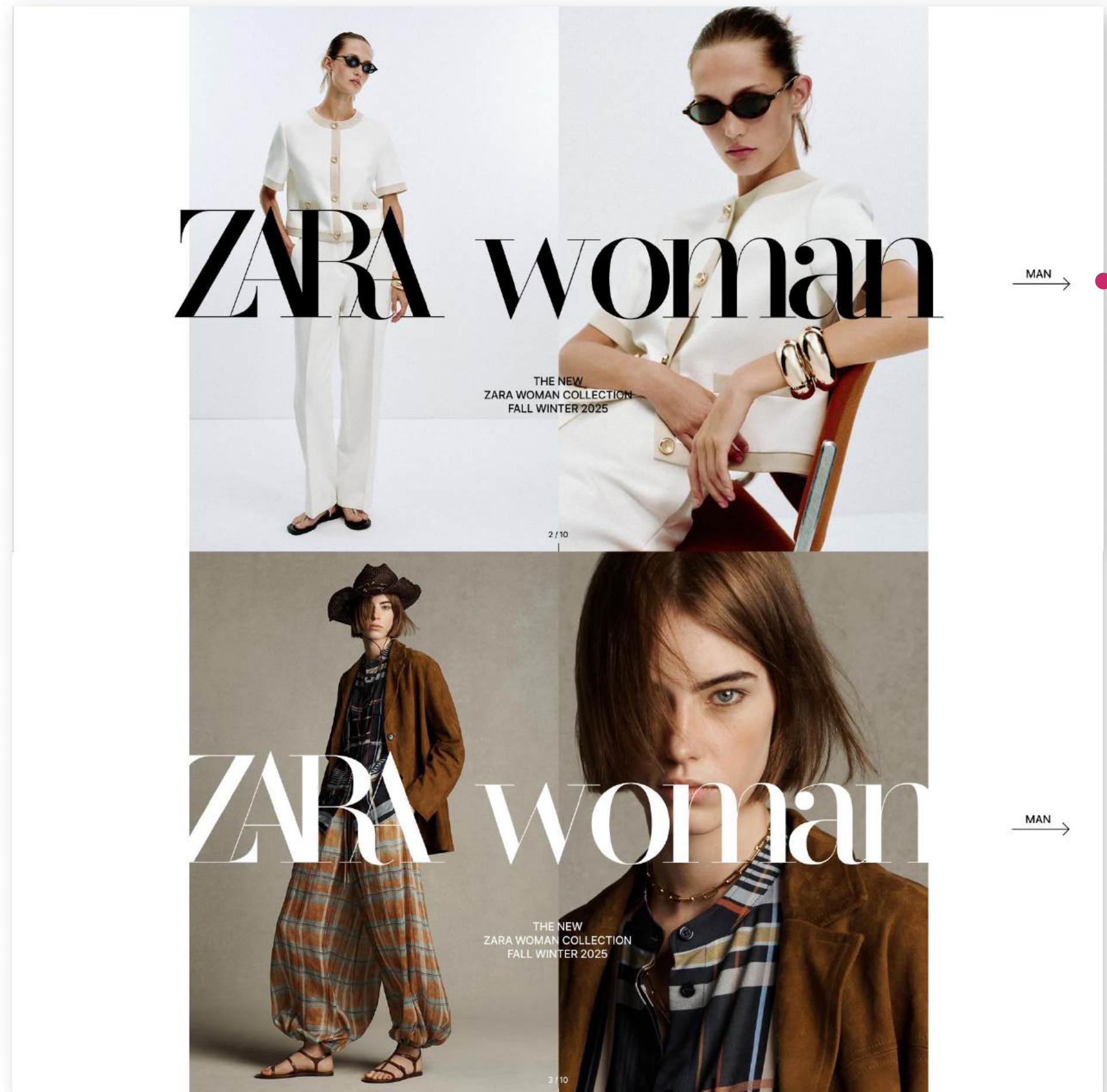


Main Page



CATEGORY

메뉴 아이콘 클릭 시 카테고리 탭이 열리도록 구성하여 복잡했던 메뉴 구조를 간결하게 정리했습니다. 또한 각 메뉴에 마우스를 올리면 텍스트 아래에 라인이 생기고 폰트 두께가 변하는 호버 효과를 적용해 가시성과 사용성을 높였습니다.



MAN →

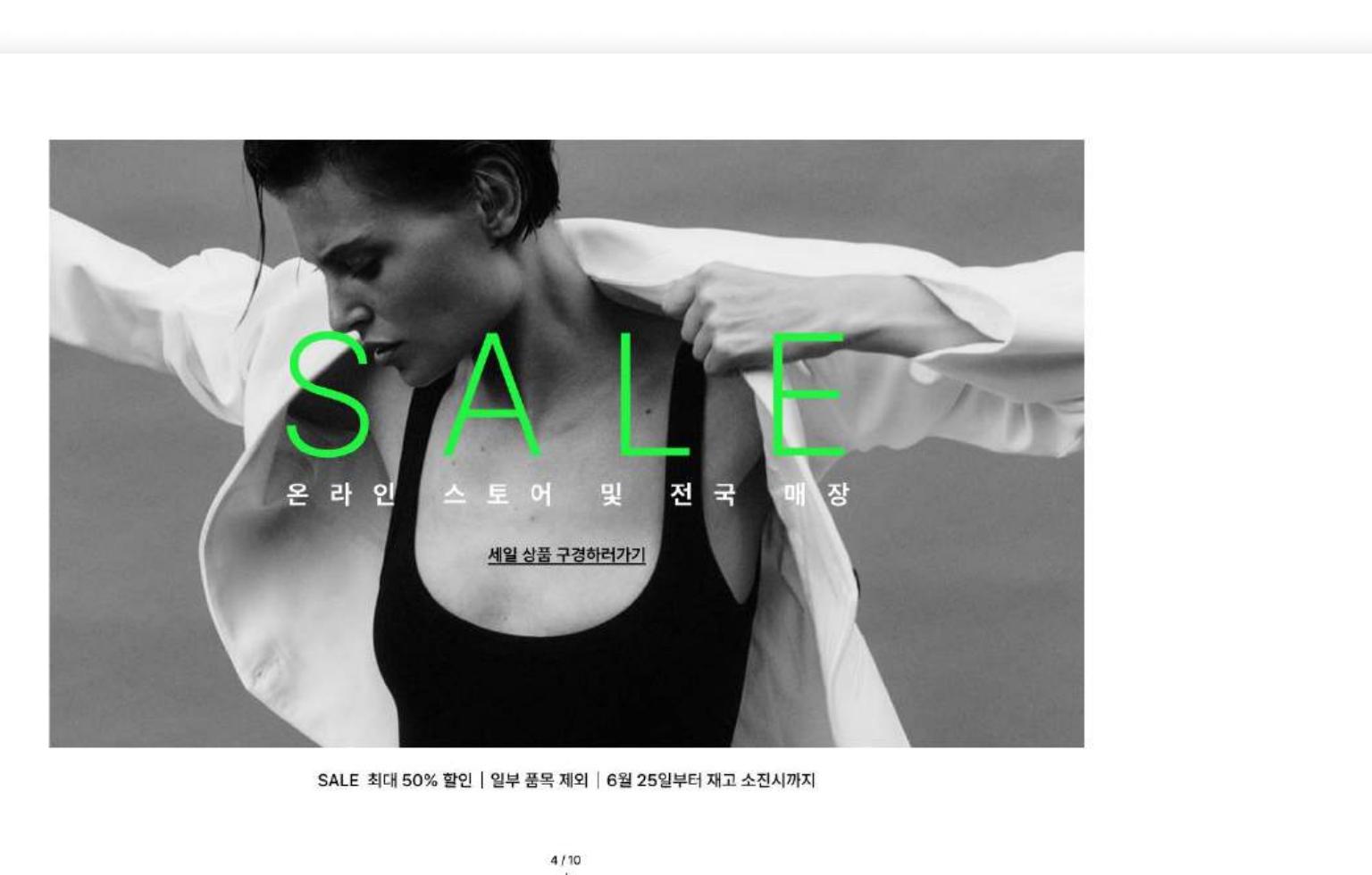
MAIN VISUAL

페이지 접속 시 메인 비주얼이 한눈에 들어오도록 동영상을 배경에 삽입했고, 사용 편의를 위해 왼쪽 하단에 일시정지 버튼과 음소거 아이콘을 함께 배치했습니다.

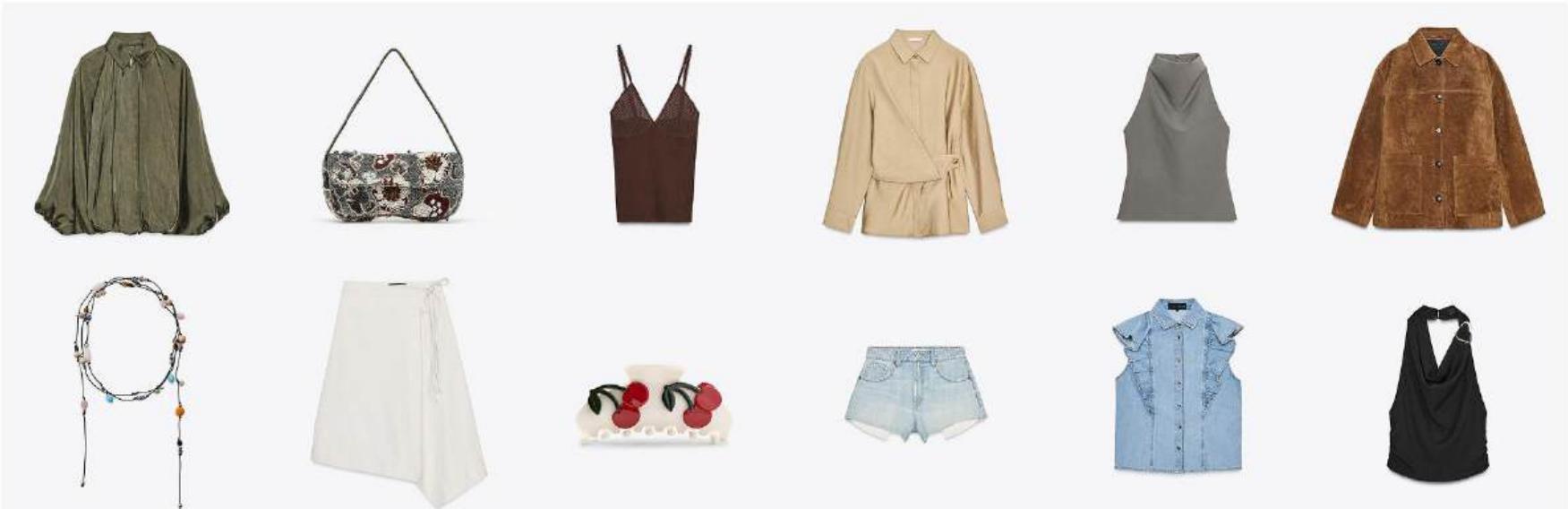
MAN →

SALE ←

세일 관련 기본 정보를 간단히 확인할 수 있도록 구성했으며, 이미지를 클릭하면 세일 상품 페이지로 이동할 수 있도록 설계하였습니다.



THE NEW



신상품 전체보기 >

THE NEW

마우스를 올리면 다른 각도의 제품 이미지가 나타나도록 구성했으며, '신상품 전체보기'에 호버 시 텍스트 아래에 라인이 생기는 인터랙션을 적용해 시각적 강조를 주었습니다.

BEST SELLERS

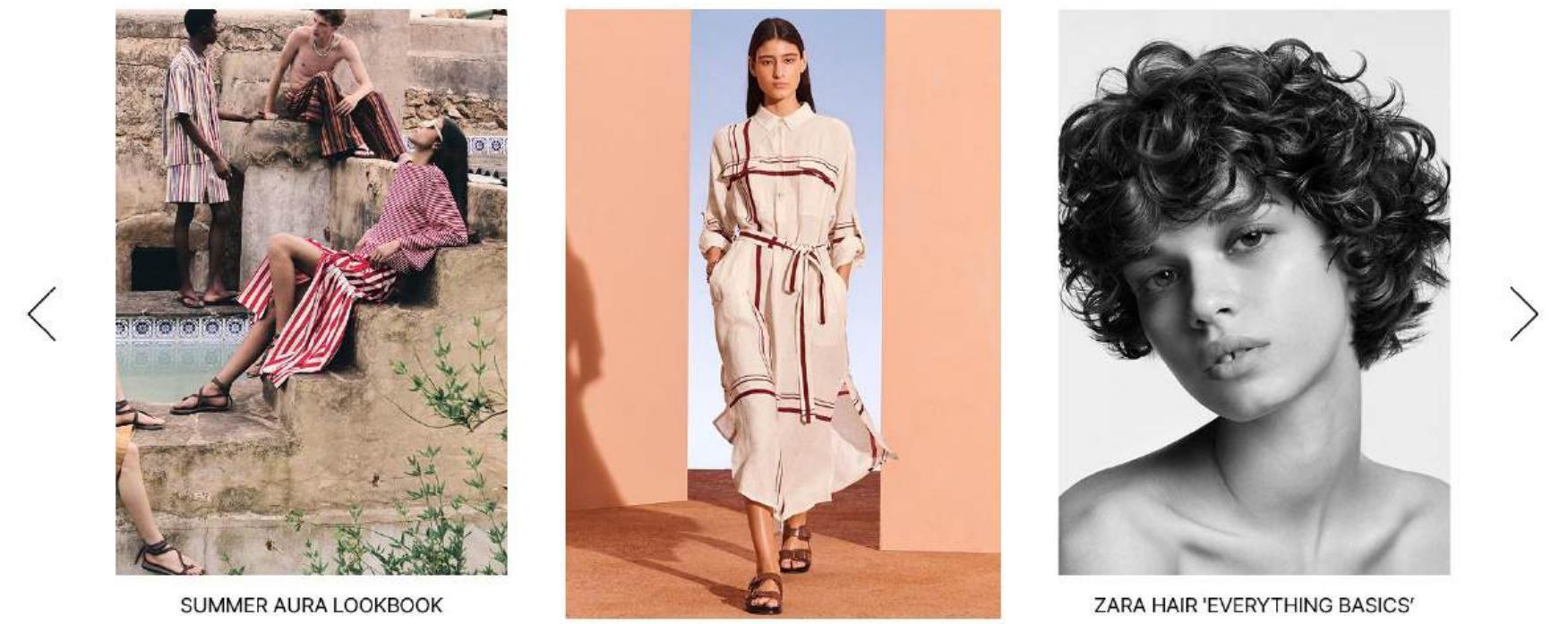


인기상품 전체보기 >

BEST SELLERS

이미지에 마우스를 올리면 하단에 상품 정보가 나타나도록 구성했으며, '인기상품 전체보기'에 호버 시 텍스트 아래에 라인이 생기는 인터랙션을 적용해 시각적으로 강조했습니다.

SPECIAL EDITION



SUMMER AURA LOOKBOOK

SRPLS LNN 25 LOOKBOOK

ZARA HAIR 'EVERYTHING BASICS'

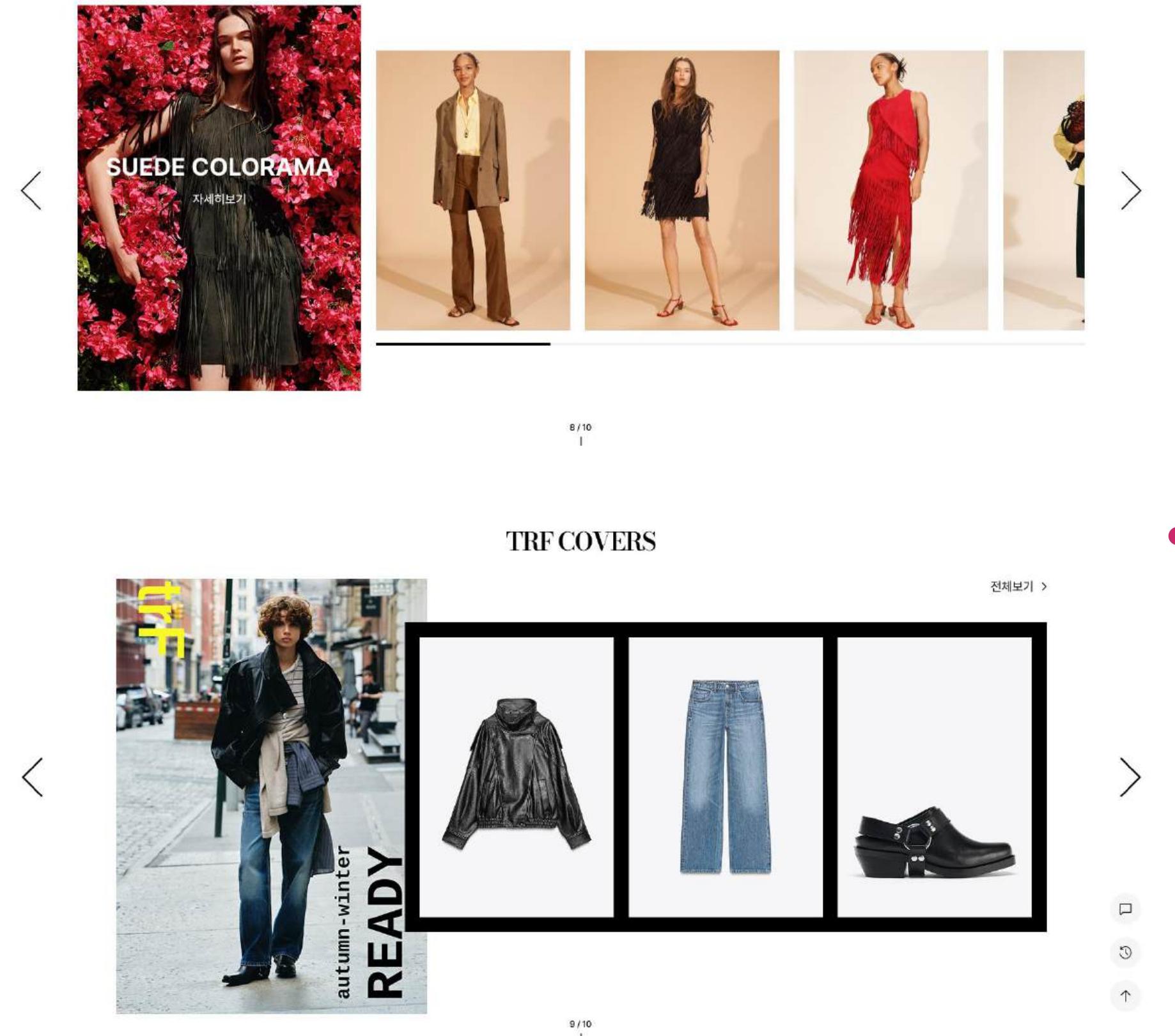
<

>

SPECIAL EDITION

현재 진행 중인 스페셜 에디션을 시각적으로 확인할 수 있도록 스와이퍼 슬라이드로 구성했으며, 가운데 슬라이드에 스케일 효과를 적용해 시선이 자연스럽게 집중되도록 제작했습니다.

NEW COLLECTION



NEW COLLECTION

뉴 컬렉션 상품을 한눈에 확인할 수 있도록 슬라이드 형태로 구성했으며, 좌우 이동을 통해 여러 컬렉션을 살펴볼 수 있고, 각 슬라이드 안에서 해당 컬렉션의 상품들을 바로 확인할 수 있도록 제작했습니다.

TRF COVERS

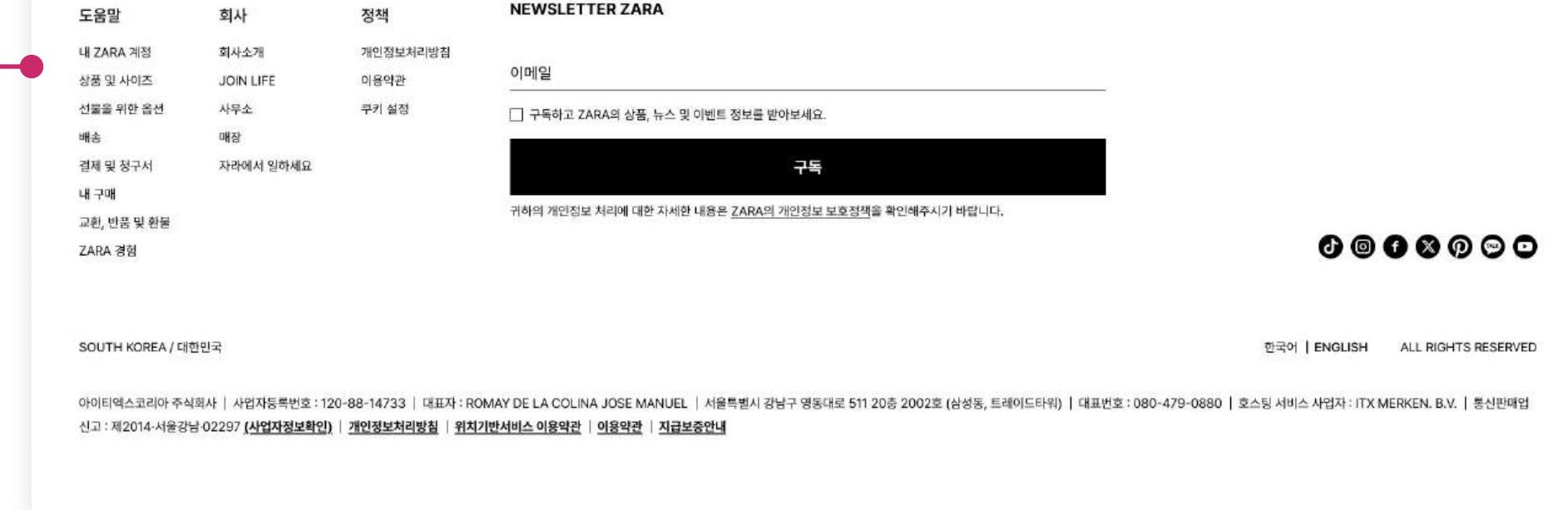


TRF COVERS

TRF 커버에서 모델이 착장한 상품들을 한 화면에서 바로 확인할 수 있도록 레이아웃을 구성했으며, 상품 이미지에 마우스를 올리면 다른 각도의 이미지와 상품 정보가 나타나도록 제작해 사용자 편의성을 높였습니다.

FOOTER

자라 로고에 시각적 집중이 가능하도록 중앙에 크게 배치했으며, 뉴스레터 구독, 도움말, SNS 아이콘 등 부가 요소는 깔끔하고 정돈된 형태로 배치해 가독성과 사용성을 높였습니다.



Sub Page

The screenshot shows a sub-page for women's dresses on the ZARA website. At the top, there is a navigation bar with the ZARA logo, search bar, and various filters like '350 items', '카테고리', '재질', '컬러', '사이즈', '가격', and '초기화'. Below the navigation is a section titled '여성 원피스' (Women's Dresses) with a descriptive text about the collection. A grid of 24 dress thumbnails is displayed in four rows of six. In the bottom right corner of the page, there is a small circular icon with an 'i' symbol.

상단 카테고리의 아래 화살표를 클릭하면 해당 메뉴들이 펼쳐져 내용을 확인할 수 있습니다.

'더보기'를 클릭하면 여성 원피스 설명이 펼쳐지고 다시 닫을 수 있도록 인터랙션을 구성했습니다.

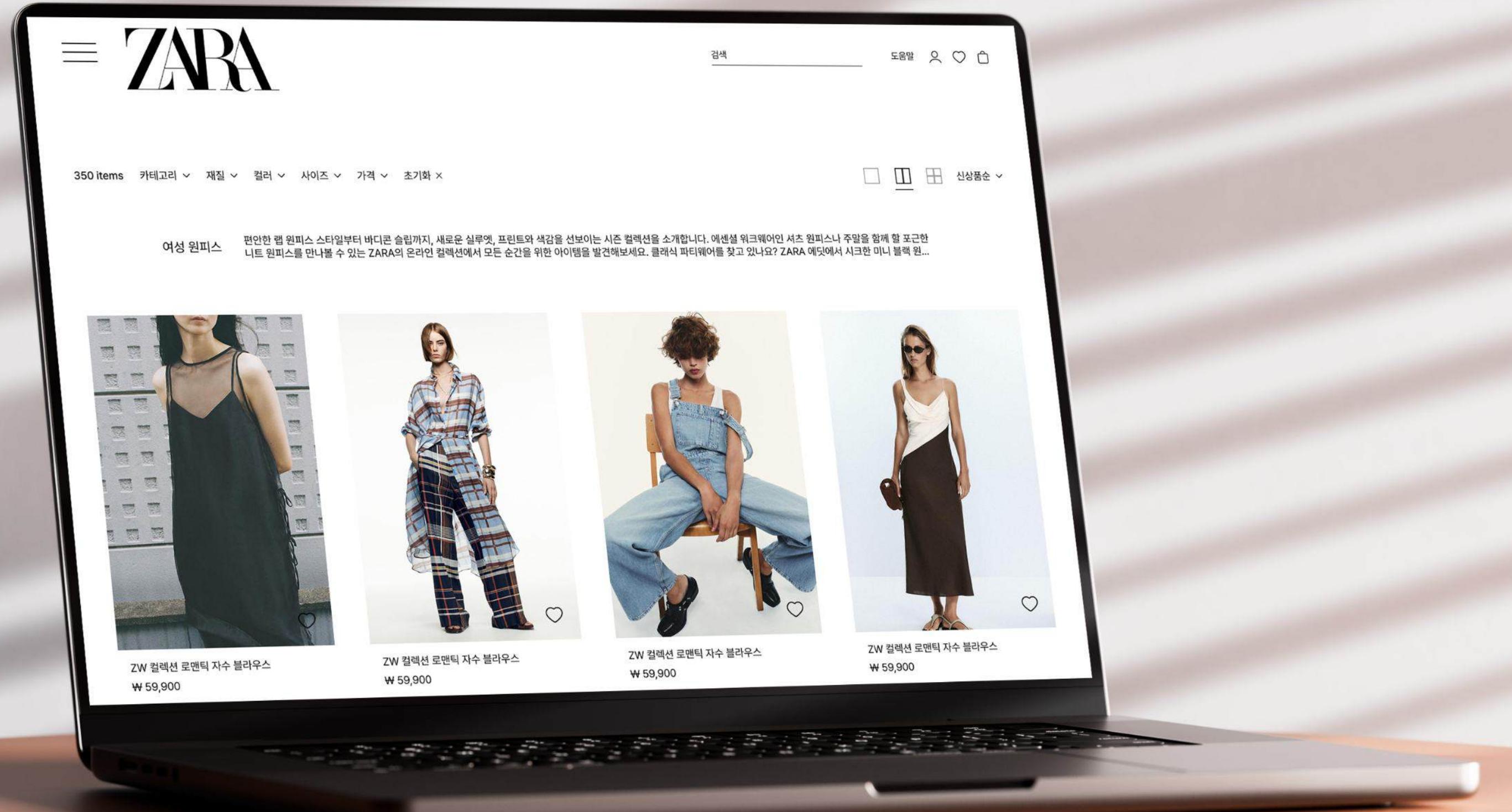
상품 이미지에 마우스를 올리면 뒷모습 이미지로 전환되도록 제작하여 제품 정보를 더욱 직관적으로 전달했습니다.

각 메뉴를 클릭하면 해당 화면으로 이동할 수 있도록 구성해 사용자 편의성을 강화했습니다.

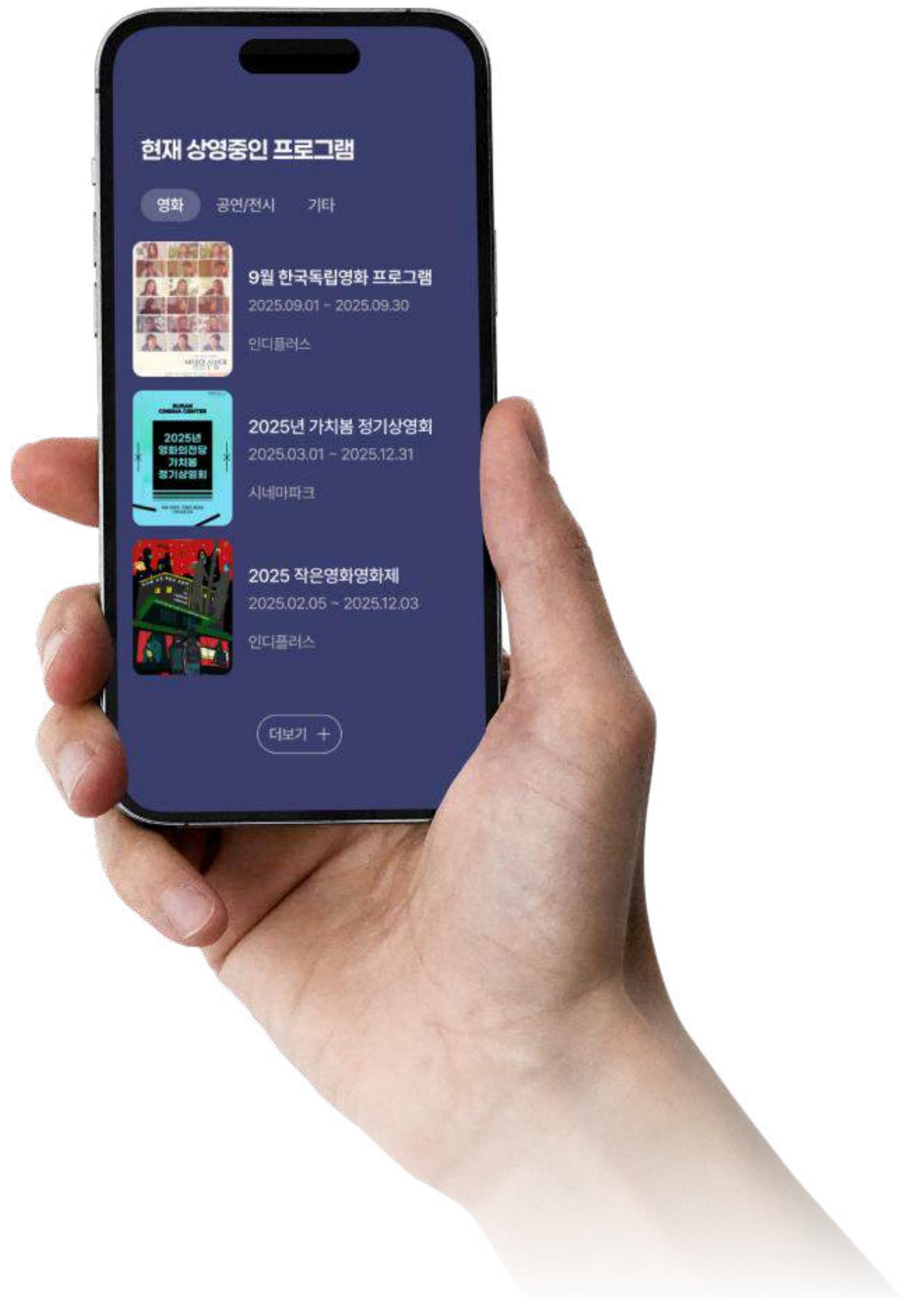
숫자로 표기되어 있던 '보기' 메뉴를 아이콘 형태로 재디자인해 시각적 이해도를 높였습니다.

This screenshot shows a sub-page for women's dresses with a clean, modern design. It features a header with 'The New' and '자라 기존 사이트' (ZARA Existing Site). Below the header is a grid of 12 dress thumbnails arranged in three rows of four. In the top right corner of the grid, there is a small rectangular button labeled '보기 1 2 3'.

각 메뉴를 클릭하면 해당 화면으로 이동할 수 있도록 구성해 사용자 편의성을 강화했습니다.



시민을 위한 시민과 함께하는 모두가 행복한 영화의 전당



앱 리디자인

툴 : 피그마, 비주얼 스튜디오 코드

언어 : html, css, javascript, jquery

기여도 : 기획, 디자인, 코딩 100%



Background

“ 다 함께 즐기는 영상복합문화공간 조성 ”

영화의 전당은 부산국제영화제 전용관이자 영상복합문화공간으로, 큐브 힐메탈라우의 건축 디자인과 세계 최장 캔틸레버 구조의 '빅 루프(Big Roof)' 지붕이 특징입니다. 6개의 상영관, 시네마테크, 야외극장 등을 갖추고 다양한 영화와 공연을 제공하며, 건축적 특성상 비정형적인 공간 구성과 대형 스크린을 활용한 기념비적인 건축물로 평가받습니다.

Desk Research

먼저 영화의 전당의 이용객들을 조사·분석 해보았어요!

영화의전당 고객층은 다양한 연령과 관심사를 가진 사람들을 포괄하며, 영화 관람객, 공연을 즐기는 관객, 건축에 관심 있는 이들, 그리고 부산국제영화제 관객이 주요 고객층입니다. 영화의전당은 부산국제영화제의 전용관이기도 하며, 예술·가족·대중 영화뿐만 아니라 수준 높은 공연도 제공하여 폭넓은 관객을 대상으로 합니다.

다양성

특정 연령대나 계층에 국한되지 않고, 폭넓은 연령대와 관심사를 가진 방문객들로 구성됩니다.

문화 경험 추구

영화 관람, 공연 감상, 건물의 가치를 체험하는 등 복합적인 문화 경험을 기대하는 고객들이 많습니다.

부산국제영화제 중심

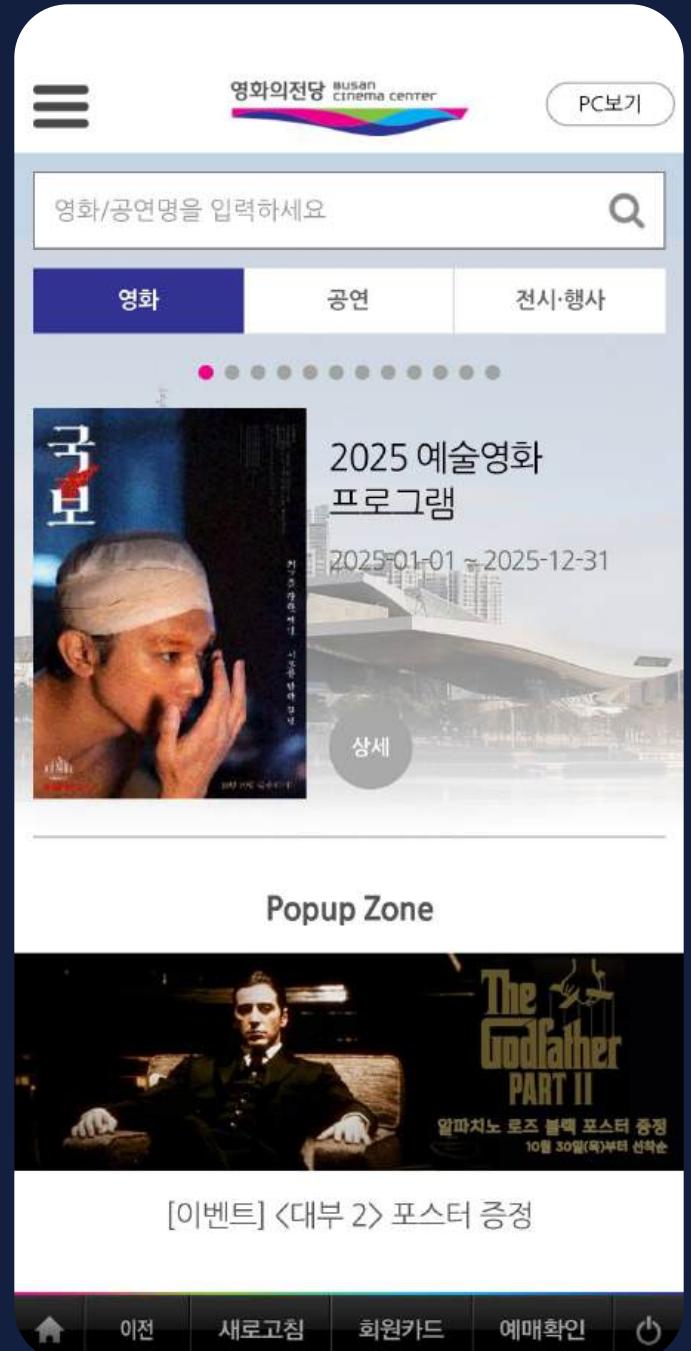
부산국제영화제 기간에는 전 세계 영화 팬들과 관련 종사자들이 방문하는 등 특별한 고객층이 형성됩니다.



Find Problem

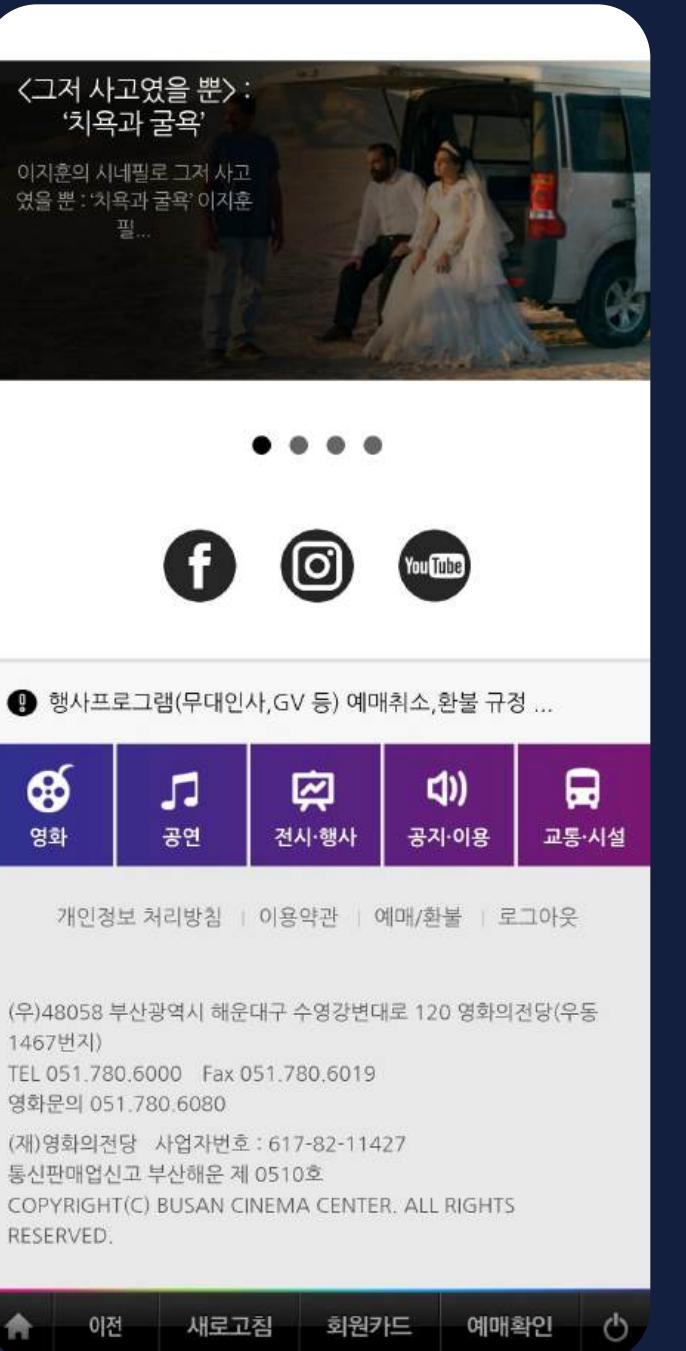
01

최근 트렌드와 동떨어진 전체적인 어플 디자인과 아이콘이 없는 하단 고정바



02

화면에서 많은 부분을 차지하는 푸터 섹션으로 불편한 컨텐츠들



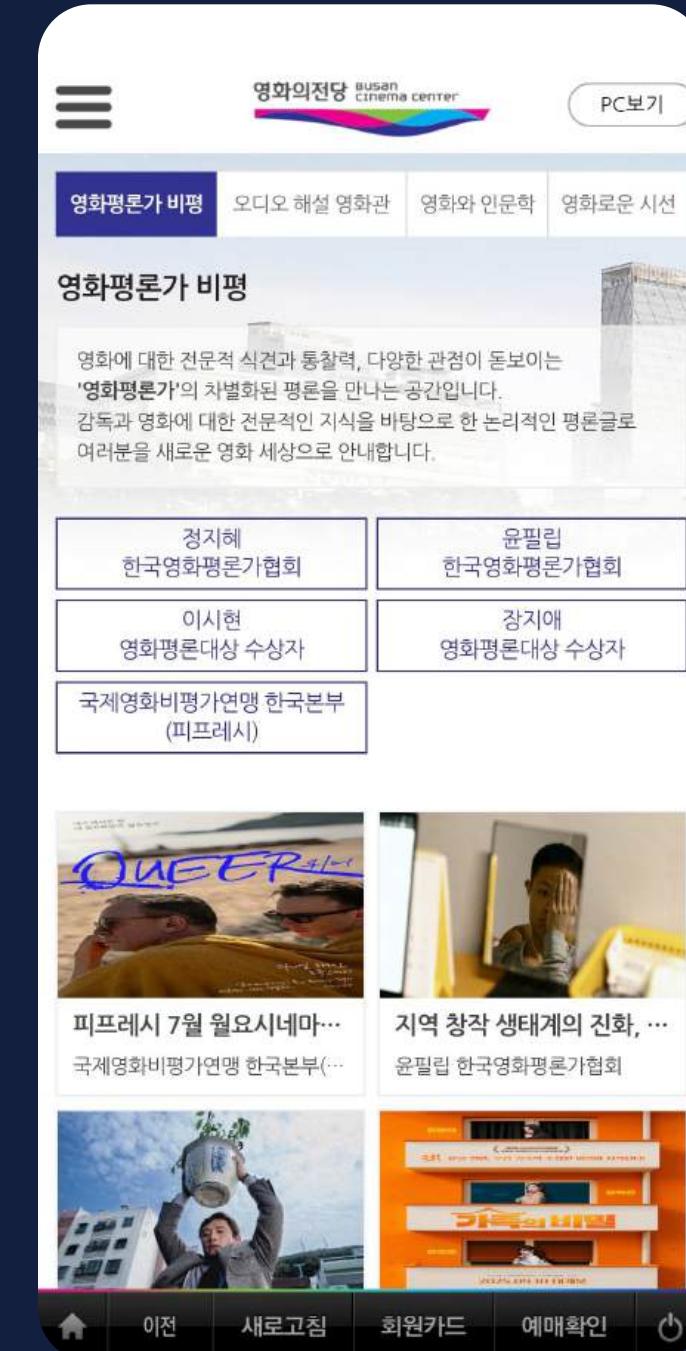
03

텍스트에 따라 틀어지는 레이아웃과 강한 색감이 사용된 메뉴 카테고리



04

클릭하여도 활성화되지 않아 선택되었는지 인식이 어려운 버튼



Project Goal

다양한 연령층이 이용하는 어플인 점을 고려하여 가독성과
쉽고 간편한 조작법에 중점을 두고 제작해보았어요!

Design Concept

영화의 전당이 추구하는 가치

도전과 창조

소통과 배려

개방과 포용

친절과 감사



세련된

직관적인

포괄적인

심플한

Persona

“ 실용적으로 꼼꼼히 따져 아이와 함께 안전하고 알찬 문화 체험을 계획하는 40대 엄마 ”



정미영 45세

주소 부산 연제구 직업 초등학교 교사
소득수준 안전적인 중산층
가족구성 남편, 초등학생 아들

#실용주의 #가족중심 #정보탐색가 #문화활동러 #맘카페리뷰어

주요 SNS 및 정보 채널

네이버 카페(맘카페), 네이버 블로그, 카카오톡

특징

아이와 함께하는 주말 문화 생활 중시
주차 정보, 관람 등급 등 실용 정보 중요

“ 영화를 소비하는 것이 아닌, 경험하고 기록하며 공유 하는 부산의 트렌디한 시네필 ”



김도윤 33세

주소 부산 수영구 직업 콘텐츠 마케터
소득수준 연봉 약 4,000만원
가족구성 1인가구

#기록형소비 #호기심많은시네필 #감성포스터 #디지털네이티브 #트렌드세터

주요 SNS 및 정보 채널

인스타그램, X, 유튜브, 왓챠피디아

특징

BIFF 상영작부터 독립예술영화까지 다양하게 탐색
감독 정보, 스틸컷 등 부가 콘텐츠에 관심 많음
예매 후 SNS에 후기 및 사진 공유

User Scenario



열정적인 영화 애호가

김도윤

상황
니즈
목표

앱 실행

“디자인이 너무 트렌드에 뒤떨어지네.”

디자인이 트렌드에 뒤떨어지지 않으면 좋겠다.

전체적인 디자인을 깔끔하게 정리

상영 프로그램 확인

“작품에 대한 설명이 너무 간략하게 적혀있어.”

상세정보도 자세하게 나와있으면 좋겠다.

다시 검색하여 찾아보지 않도록 상세정보 구성

예매 시도

“좌석 이미지가 너무 작아 선택하는데 불편하네.”

예매 과정이 쉽고 간단하면 좋겠다.

예매 과정을 쉽고 간단한 흐름의 UI

리뷰 남기기

“리뷰 남기기 서비스가 활성화 되어있지 않아 아쉽네”

리뷰 남기는 곳이 활성화되었으면 좋겠다.

리뷰 서비스가 활성화 될 수 있는 방법 고안

앱 이탈



Design System

Font

Paperlogy 페이퍼로지

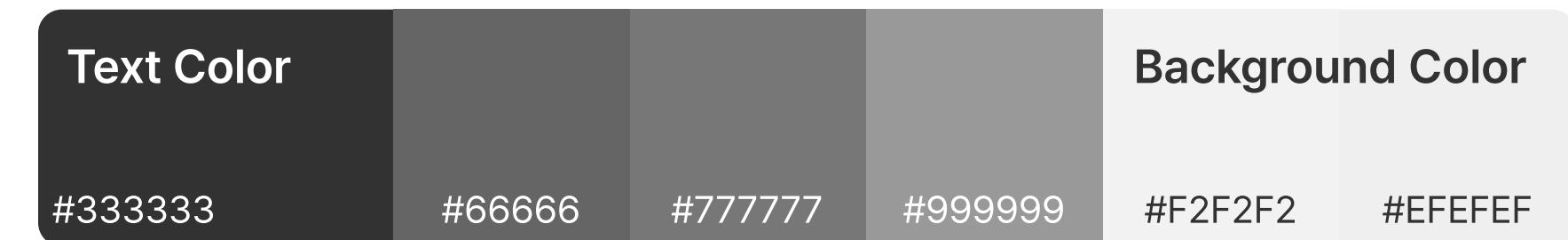
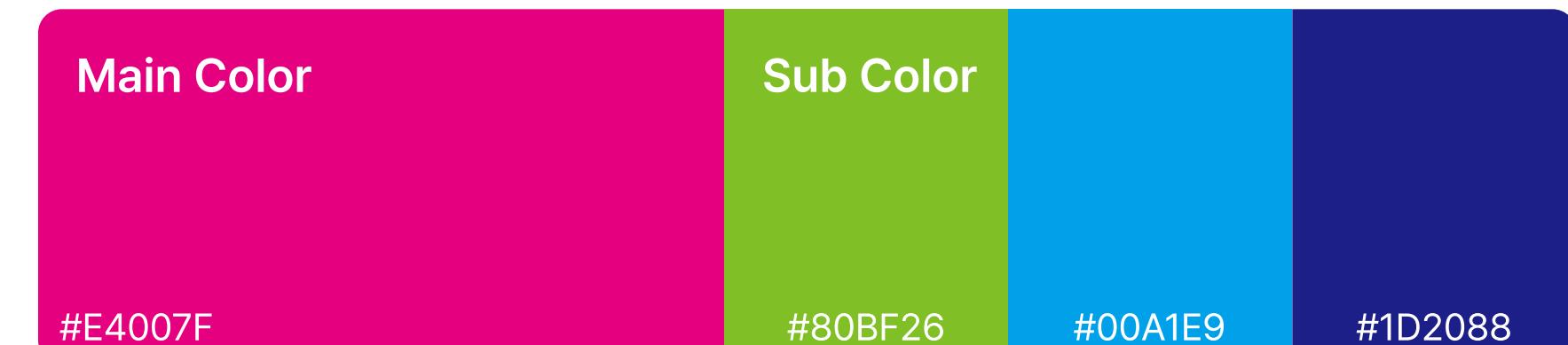
Title1 26 bold

Title2 24 bold

Sub Title1 20 bold

Sub Title2 20 regular

Color



Pretendard 프리텐다드

Body1 18 semibold

Title 24 semibold

Body2 17 semibold

Sub Title1 18 semibold

Body2 17 medium

Sub Title2 16 semibold

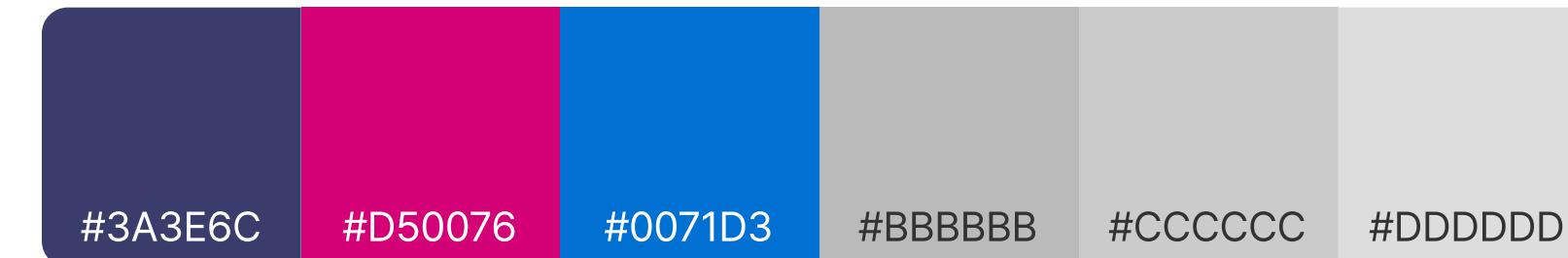
Body3 16 medium

Caption1 14/13/12 medium

Body3 16 regular

Caption2 13 regular

Body4 15/14 regular



Icon



좌석을 선택해 주십시오

예매하기

신용카드

간편결제

신용카드

간편결제



월 01 화 02 수 03 오늘 04 내일 05 토 06 일 07



선택 변경 예매하기

기획공연 클래식 ALL 12 15 19 오페라 7세

4 3 5 5

0 매

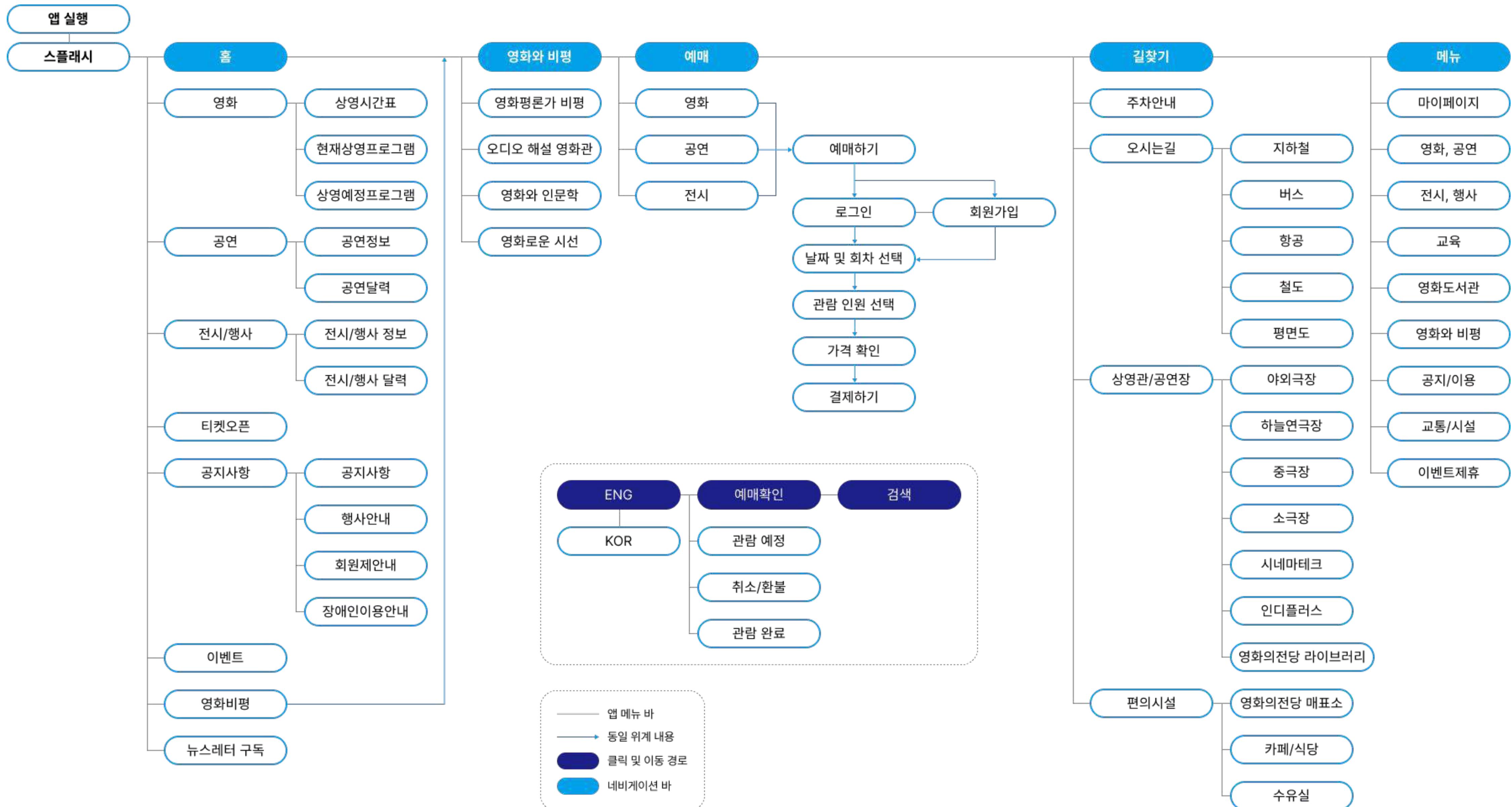
관람평 작성

할인 쿠폰을 선택해주세요.

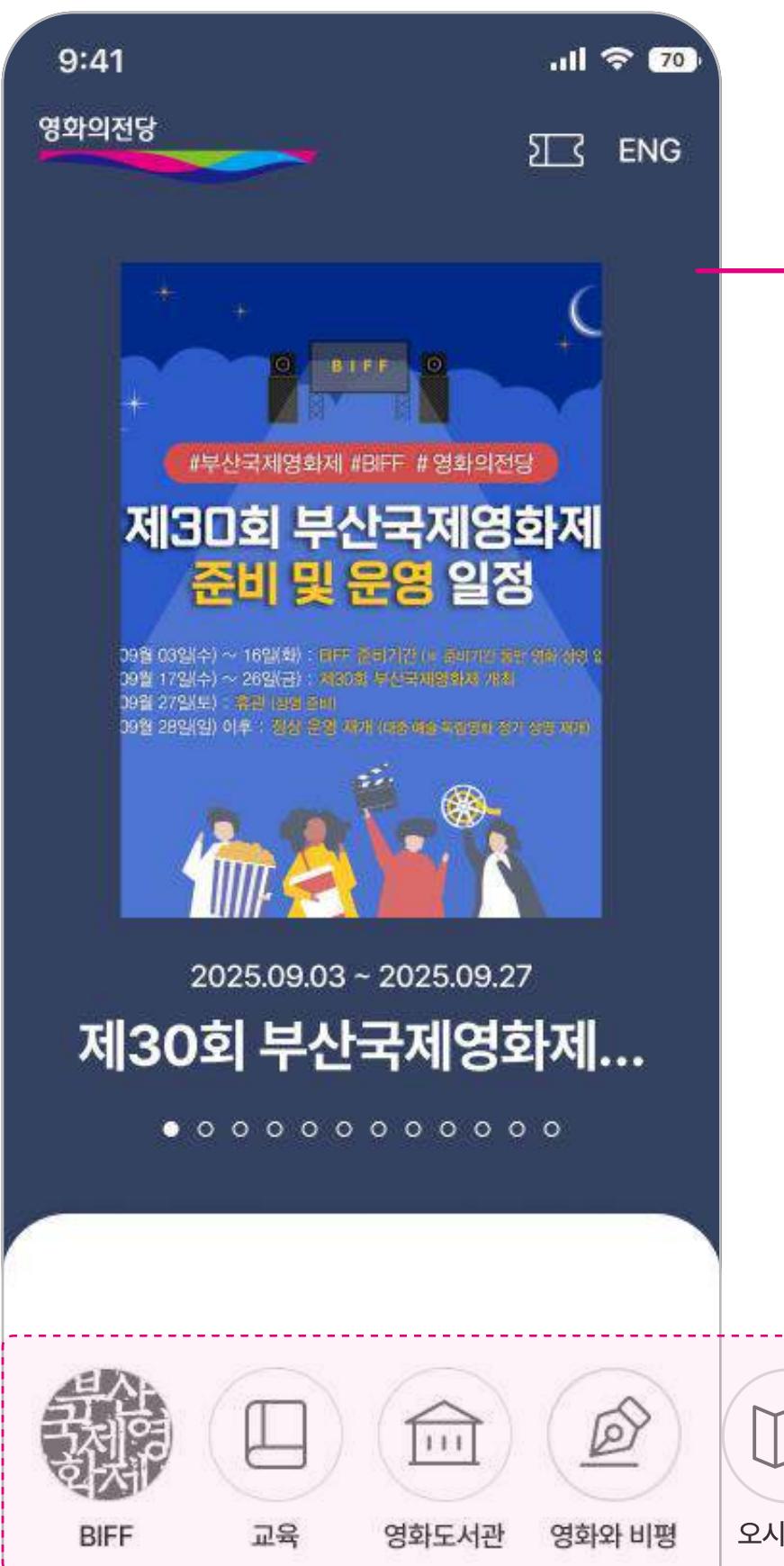
자세히보기

더보기 + 영화 공연/전시 기타

Work Flow



Main Page



메인 배너

여러 주요 이슈를 슬라이드 형태로 구성해 한눈에 확인 할 수 있도록 제작했습니다.

서브 카테고리

사용자가 자주 찾는 주요 카테고리를 메뉴를 열지 않아도 메인 화면에서 바로 진입할 수 있도록 배치했습니다.



상영시간표

월 01 화 02 수 03 오늘 04 내일 05 토 06 일 07

시네마테크

- 09:40 12 8과 1/2(테크)
- 12:40 ALL 모네의 수련. 물과...
- 14:30 12 이사(테크)
- 17:00 12 여름정원(테크)
- 19:20 15 8과 1/2(테크)

상영시간표

오늘 진행되는 영화·공연·전시 정보를 상영관별로 확인할 수 있도록 구성했습니다.

시네마테크

- 09:40 12 8과 1/2(테크)
- 12:40 ALL 모네의 수련. 물과...
- 14:30 12 이사(테크)
- 17:00 12 여름정원(테크)
- 19:20 15 8과 1/2(테크)

이벤트

현재 진행 중인 이벤트들을 슬라이드 형태로 구성해 한눈에 확인할 수 있도록 제작했습니다.

이벤트



상영중인 프로그램

영화, 공연, 전시, 기타 탭으로 구분하여, 현재 진행 중인 프로그램을 쉽게 확인할 수 있도록 구성했습니다.

현재 상영중인 프로그램

영화 공연/전시 기타



9월 한국독립영화 프로그램
2025.09.01 ~ 2025.09.30

인디플러스



2025년 가치봄 정기상영회
2025.03.01 ~ 2025.12.31

시네마파크



2025 작은영화영화제
2025.02.05 ~ 2025.12.03

인디플러스

더보기 +

나도 평론가



THE 자연인 : 유튜브의 시대
를 향해 날리는 영화의 역습
by 김현진

62 · 28 · 21

티켓오픈



오페라
Gianni Schicchi
2025. 11. 8. 일 3:00 ~ 2025. 11. 11. 일 19:00

2025.09.11 | 15:00
국립오페라단 <잔니...>



뮤지컬
부산 포
2025. 09. 30.(화) ~ 11. 1.(토) 19:00

2025.09.22 | 14:00
이머시브 뮤지컬 <부...>

행사안내 언론보도

[기획공연] 토요야외콘서트 9월:로맨... 2025-08-29

[기획공연] 2025 영화의전당 시네마... 2025-08-29

[기획공연] 연극 <로제타> 9.5(금)~... 2025-08-29

[행사 안내] 2025 아세안영화제 부... 2025-08-21

[기획] 2025 아세안영화제(8/28~8... 2025-08-21

뉴스레터

영화의 전당 새로운 소식을 가장 먼저 받아보세요.

e-mail을 작성해주세요

개인정보 이용내역에 동의합니다.

나도 평론가

시민 평론 글을 슬라이드 형태로 제작해 자연스럽게 탐색할 수 있게 했습니다.

티켓오픈

곧 오픈할 공연과 전시는 가로스크롤 방식으로 간략히 확인 할 수 있도록 제작했습니다.

행사안내/언론보도

진행 중인 행사와 언론 보도를 간략하게 한눈에 확인할 수 있도록 구성했습니다.

공지사항

공지사항은 자동 무한 루프 슬라이드로 제작해 최신 정보가 끊김 없이 보이도록 구성했습니다.

푸터

부피가 크던 기존 푸터를 개선하여, 상세 내용은 '영화의전당' 버튼 클릭 시 펼쳐지도록 설계했습니다.

행사안내 언론보도

[기획공연] 토요야외콘서트 9월:로맨... 2025-08-29

[기획공연] 2025 영화의전당 시네마... 2025-08-29

[기획공연] 연극 <로제타> 9.5(금)~... 2025-08-29

[행사 안내] 2025 아세안영화제 부... 2025-08-21

[기획] 2025 아세안영화제(8/28~8... 2025-08-21

뉴스레터

영화의 전당 새로운 소식을 가장 먼저 받아보세요.

e-mail을 작성해주세요

개인정보 이용내역에 동의합니다.

공지사항 [공연] 기획공연 국립오페라단 <잔니 스끼> 티...

영화의 전당

[영화의전당](#)

[f](#) [y](#) [i](#) [t](#) [b](#)

오는 길 이용약관 개인정보처리방침 PC버전
COPYRIGHT © BUSAN CINEMA CENTER.
ALL RIGHTS RESERVED.

일정
피드
홈 
검색
메뉴

네비게이션 바

일정, 메뉴, 검색, 홈 등 자주 사용하는 기능을 하단 네비게이션 바에 배치해 접근성을 높였습니다.

Sub Page

월간일정

상단탭메뉴

월간 일정과 연간 일정을 탭으로 전환하여 확인할 수 있도록 구성했습니다.

서브탭메뉴

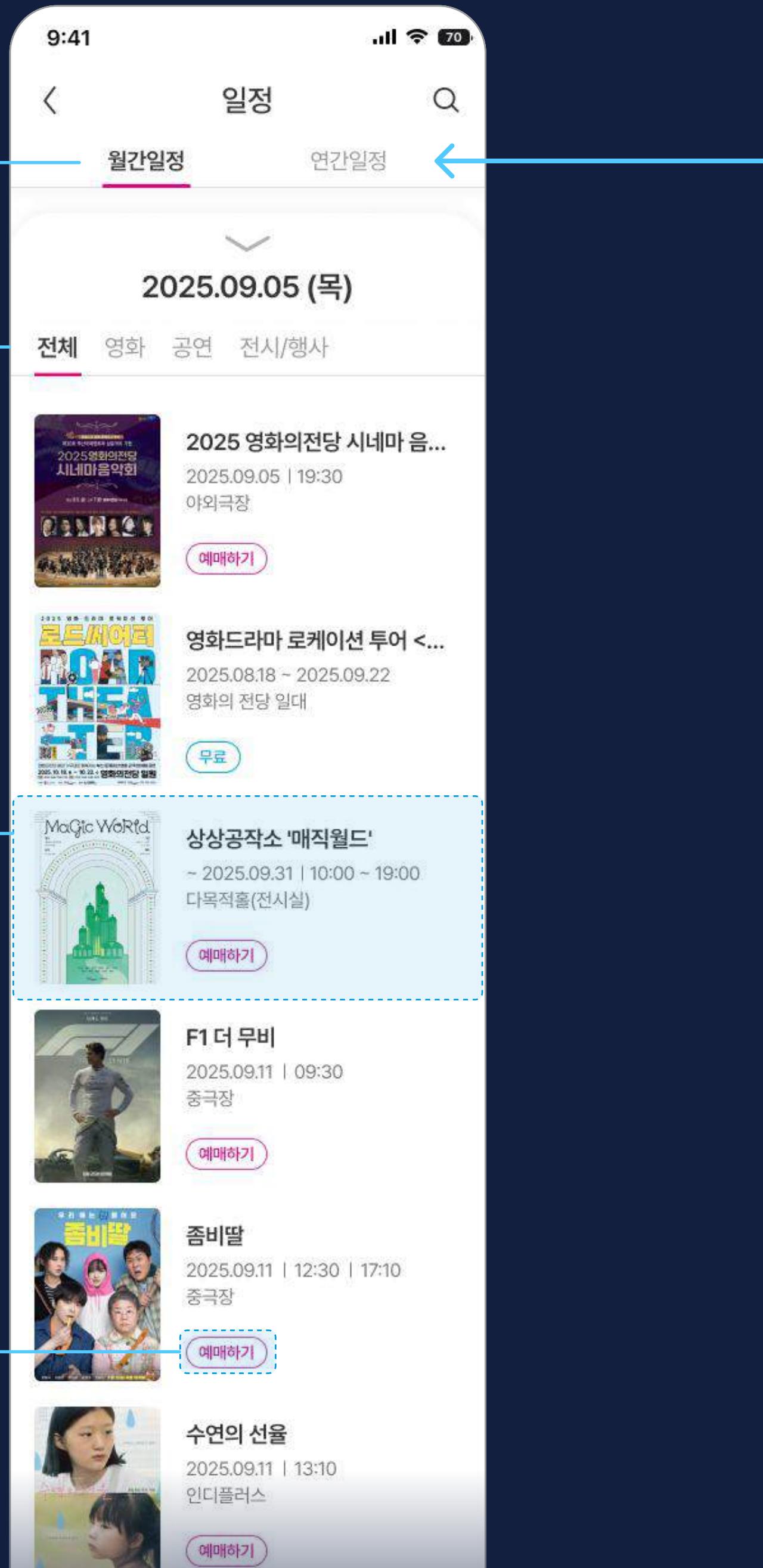
영화, 공연, 전시, 행사 정보를 탭 메뉴로 분류해 직관적으로 볼 수 있도록 제작했습니다.

프로그램 리스트

선택한 날짜에 진행되는 프로그램의 시간과 장소 정보를 간략히 표시해 한 눈에 확인할 수 있도록 구성했습니다.

예매하기

현재 예매 가능한 프로그램에는 '예매하기' 버튼을 추가해 쉽고 빠르게 예매할 수 있도록 제작했습니다.



달력
원하는 달을 선택한 뒤 날짜를 클릭하면, 해당 날짜의 전체 일정이 아래에 표시되도록 구성했습니다.



상단바

사용자 편의를 위해 뒤로가기 버튼과 검색 아이콘을 함께 배치했습니다.

할인정보

할인명 및 할인율	대상	증정 및 유의사항
프리미엄 30%	프리미엄 회원 본인* 외 동반 3인까지	신분증
유료 최종 할인 레인보우 10%	골드 회원 본인* 외 동반 1인까지 레인보우-특별 회원 본인* 외 동반 1인까지	* 해당 할인 적용 시, 영화의전당 유료회원 본인에 한해 티켓 수령 가능
장애인	(종종) 본인 외 동반 1인까지 (경종) 본인 한정	복지카드
복지 장애인 보훈할인	50% - 특수임무수행자, 역성기종 1~2급 소지자 본인 외 동반 1인까지 - 유족 및 의성자종 3급이하 소지자 본인 한정	유공자·의상자(유족)증 *(가족확인서 증명불가)

관람평/기대평

관람평은 관람 후에, 기대평은 관람 전 작성하도록 사용 흐름에 맞게 기능을 구분해 제작했습니다.

기대평/관람후기

관람평 | 기대평

공연이 끝난 뒤 생생한 관람평을 남겨주세요.

관람평 작성

영화의 전당

영화의전당



오시는 길 이용약관 개인정보처리방침 PC버전
COPYRIGHT © BUSAN CINEMA CENTER
ALL RIGHTS RESERVED.

북마크/공유하기

더 편리한 사용을 위해 공유하기와 북마크 아이콘을 추가해 접근성을 높였습니다.



공연소개

할인정보

관람평

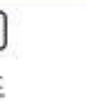
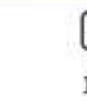
티켓 오픈 일시 : 8월 7일 (목) 오후 3시

* 상기 오픈 일시는 전당 내부 사정에 따라 사전 고지 없이 변경될 수 있습니다.

서브탭메뉴

메뉴를 탭하면 해당 콘텐츠로 즉시 이동할 수 있도록 구성했습니다.

예매하기



일정

피드

홈

검색

메뉴

